## Max Horkheimer y Theodor Adorno
## La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas

Publicado en HORKHEIMER, May y ADORNO, Theodor, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

La tesis sociológica de que la pérdida de sostén en la religión objetiva, la disolución de los últimos residuos precapitalistas, la diferenciación técnica y social y el extremado especialismo han dado lugar a un caos cultural, se ve cotidianamente desmentida por los hechos. La civilización actual concede a todo un aire de semejanza.

*Film*, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector esta armonizado en sí y todos entre ellos. Las manifestaciones estéticas, incluso de los opositores políticos, celebran del mismo modo el elogio del ritmo de acero. Los organismos decorativos de las administraciones y las muestras industriales son poco diversas en los países autoritarios y en los demás. Los tersos y colosales palacios que se alzan por todas partes representan la pura racionalidad privada de sentido de los grandes monopolios internacionales a los que tendía ya la libre iniciativa desencadenada, que tiene en cambio sus monumentos en los tétricos edificios de habitación o comerciales de las ciudades desoladas. Ya las casas más viejas cerca de los centros de cemento armado tienen aire de *slums* y Ios nuevos *bungalows* marginales a la ciudad cantan ya —como las frágiles construcciones de las ferias internacionales— las loas al progreso técnico, invitando a que se los liquide, tras un rápido uso, como cajas de conserva. Pero los proyectos urbanísticos que deberían perpetuar, en pequeñas habitaciones higiénicas, al individuo como ser independiente, lo someten aun más radicalmente a su antítesis, al poder total del capital. Como los habitantes afluyen a los centros a fin de trabajar y divertirse, en carácter de productores y consumidores, las células edilicias se cristalizan sin solución de continuidad en complejos bien organizados. La unidad visible de macrocosmo y microcosmo ilustra a los hombres sobre el esquema de su civilización: la falsa identidad de universal y particular. Cada civilización de masas en un sistema de economía concentrada es idéntica y su esqueleto —la armadura conceptual fabricada por el sistema— comienza a delinearse. Los dirigentes no están ya tan interesados en esconderla; su autoridad se refuerza en la medida en que es reconocida con mayor brutalidad. *Film* y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte. La verdad de que no son mas que negocios les sirve de ideología, que debería legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.

Quienes tienen intereses en ella gustan explicar la industria cultural en términos tecnológicos. La participación en tal industria de millones de personas impondría métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que, en innumerables lugares, necesidades iguales sean satisfechas por productos *standard*. E1 contraste técnico entre pocos centros de producción y una recepción difusa exigiría, por la fuerza de las cosas, una organización y una planificación por parte de los detentores. Los *clichés* habrían surgido en un comienzo de la necesidad de los consumidores: sólo por ello habrían sido aceptados sin oposición. Y en realidad es en este círculo de manipulación y de necesidad donde la unidad del sistema se afianza cada vez más. Pero no se dice que el ambiente en el que la técnica conquista tanto poder sobre la sociedad es el poder de los económicamente más fuertes sobre la sociedad misma. La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter forzado de la sociedad alienada de sí misma. Automóviles y *films* mantienen unido el con junto hasta que sus elementos niveladores repercuten sobre la injusticia misma a la que servían. Por el momento la técnica de la industria cultural ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie, sacrificando aquello por 1o cual la lógica de la obra se distinguía de la del sistema social. Pero ello no es causa de una ley de desarrollo de

la técnica en cuanto tal, sino de su función en la economía actual. La necesidad que podría acaso escapar al control central es reprimida ya por el control de la conciencia individual. El paso del teléfono a la radio ha separado claramente a las partes. El teléfono, liberal, dejaba aun al oyente la parte de sujeto. La radio, democrática, vuelve a todos por igual escuchas, para remitirlos autoritariamente a los programas por completo iguales de las diversas estaciones. No se ha desarrollado ningún sistema de respuesta y las transmisiones privadas son mantenidas en la clandestinidad. Estas se limitan al mundo excéntrico de los "aficionados", que por añadidura están aun organizados desde arriba. Pero todo resto de espontaneidad del público en el ámbito de la radio oficial es rodeado y absorbido, en una selección de tipo especialista, por cazadores de talento, competencias ante el micrófono y manifestaciones domesticadas de todo género. Los talentos pertenecen a la industria incluso antes de que ésta los presente: de otro modo no se adaptarían con tanta rapidez. La constitución del público, que teóricamente y de hecho favorece al sistema de la industria cultural, forma parte del sistema y no lo disculpa. Cuando una *branche* artística procede según la misma receta de otra, muy diversa en lo que respecta al contenido y a los medios expresivos; cuando el nudo dramático de 1a *soap–opera* en la radio se convierte en una ilustración pedagógica del mundo en el cual hay que resolver dificultades técnicas, dominadas como *jam* al igual que en los puntos culminantes de la vida del *jazz*, o cuando la "adaptación" experimental de una frase de Beethoven se hace según el mismo esquema con el que se lleva una novela de Tolstoy a un *film*, la apelación a los deseos espontáneos del público se convierte en un texto inconsistente. Más cercana a la realidad es la explicación que se basa en el peso propio, en la fuerza de inercia del aparato técnico y personal, que por lo demás debe ser considerado en cada uno de sus detalles como parte del mecanismo económico de selección. A ello debe agregarse el acuerdo o por lo menos la común determinación de los dirigentes ejecutivos de no producir o admitir nada que no se asemeje a sus propias mesas, a su concepto de consumidores y sobre todo a ellos mismos.

Si la tendencia social objetiva de la época se encarna en las intenciones subjetivas de los dirigentes supremos, éstos pertenecen por su origen a los sectores más poderosos de la industria. Los monopolios culturales son, en relación con ellos, débiles y dependientes. Deben apresurarse a satisfacer a los verdaderamente poderosos, para que su esfera en la sociedad de masas —cuyo particular carácter de mercancía tiene ya demasiada relación con el liberalismo acogedor y con los intelectuales judíos— no corra peligro. La dependencia de la más poderosa sociedad de radiofonía respecto a la industria eléctrica o la del cine respecto a la de las construcciones navales, delimita la entera esfera, cuyos sectores aislados están económicamente cointeresados y son interdependientes. Todo está tan estrechamente próximo que la concentración del espíritu alcanza un volumen que le permite traspasar los confines de las diversas empresas y de los diversos sectores técnicos. La unidad desprejuiciada de la industria cultural confirma la unidad —en formación— de la política. Las distinciones enfáticas, como aquellas entre *films* de tipo a y b o entre las historias de semanarios de distinto precio, no están fundadas en la realidad, sino que sirven más bien para clasificar y organizar a los consumidores, para adueñarse de ellos sin desperdicio. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; las diferencias son acuñadas y difundidas artificialmente. E1 hecho de ofrecer al público una jerarquía de cualidades en serie sirve sólo para la cuantificación más completa. Cada uno debe comportarse, por así decirlo, espontáneamente, de acuerdo con su *level* determinado en forma anticipada por índices estadísticos, y dirigirse a la categoría de productos de masa que ha sido preparada para su tipo. Reducidos a material estadístico, los consumidores son distribuidos en el mapa geográfico de las oficinas administrativas (que no se distinguen prácticamente más de las de propaganda) en grupos según los ingresos, en campos rosados, verdes y azules.

E1 esquematismo del procedimiento se manifiesta en que al fin los productos mecánicamente diferenciados se revelan como iguales. E1 que las diferencias entre la serie Chrysler y la serie General

Motors son sustancialmente ilusorias es cosa que saben incluso los niños que se enloquecen por ellas. Los precios y las desventajas discutidos por los conocedores sirven sólo para mantener una apariencia de competencia y de posibilidad de elección. Las cosas no son distintas en lo que concierne a las producciones de la Warner Brothers y de la Metro Goldwin Mayer. Pero incluso entre los tipos más caros y menos caros de la colección de modelos de una misma firma, las diferencias se reproducen más: en los automóviles no pasan de variantes en el número de cilindros, en el volumen, en la novedad de los *gadgets*; en los *films* se limitan a diferencias en el número de divos, en el despliegue de medios técnicos, mano de obra, trajes y decorados, en el empleo de nuevas fórmulas psicológicas. La medida unitaria del valor consiste en la dosis de *conspicuous production*, de inversión exhibida. Las diferencias de valor preestablecidas por la industrial cultural no tiene nada que ver con diferencias objetivas, con el significado de los productos. También los medios técnicos tienden a una creciente uniformidad recíproca. La televisión tiende a una síntesis de radio y cine, que está siendo retardada hasta que las partes interesadas se hayan puesto completamente de acuerdo, pero cuyas posibilidades ilimitadas pueden ser promovidas hasta tal punto por el empobrecimiento de los materiales estéticos que la identidad apenas velada de todos los productos de la industria cultural podrá mañana triunfar abiertamente, como sarcástica realización del sueño wagneriano de la "obra de arte total". E1 acuerdo de palabra, música e imagen se logra con mucha mayor perfección que en *Tristán*, en la medida en que los elementos sensibles, que se limitan a registrar la superficie de la realidad social, son ya producidos según el mismo proceso técnico de trabajo y expresan su unidad como su verdadero contenido. Este proceso de trabajo integra a todos los elementos de la producción, desde la trama de la novela preparada ya en vistas al *film*, hasta el último efecto sonoro. Es el triunfo del capital invertido. Imprimir con letras de fuego su omnipotencia —la de sus manos— en el corazón de todos los desposeídos en busca de empleo es el significado de todos los films, independientemente de la acción dramática que la dirección de producciones escoge de vez en cuando.

Durante el tiempo libre el trabajador debe orientarse sobre la unidad de la producción. La tarea que el esquematismo kantiano había asignado aún a los sujetos —la de referir por anticipado la multiplicidad sensible a los conceptos fundamentales— le es quitada al sujeto por la industria. La industria realiza el esquematismo como el primer servicio para el cliente. Según Kant, actuaba en el alma un mecanismo secreto que preparaba los datos inmediatos para que se adaptasen al sistema de la pura razón. Hoy, el enigma ha sido develado. Incluso si la planificación del mecanismo por parte de aquellos que preparan los datos, la industria cultural, es impuesta a ésta por el peso de una sociedad irracional —no obstante toda racionalización—, esta tendencia fatal se transforma, al pasar a través de las agencias de la industria, en la intencionalidad astuta que caracteriza a esta última. Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico que iba demasiado lejos para el crítico. Todo viene de la conciencia: de la de Dios en Malebranche y en Berkeley; en el arte de masas, de la dirección terrena de la producción. No sólo los tipos de bailables, divos, *soap-operas* retornan cíclicamente como entidades invariables, sino que el contenido particular del espectáculo, lo que aparentemente cambia, es a su vez deducido de aquellos. Los detalles se tornan fungibles. La breve sucesión de intervalos que ha resultado eficaz en un tema, el fracaso temporario del héroe, que éste acepta deportivamente, los saludables golpes que la hermosa recibe de las robustas manos del galán, los modales rudos de éste con la heredera pervertida, son, como todos los detalles, *clichés*, para emplear a gusto aquí y allá, enteramente definidos cada vez por el papel que desempeñan en el esquema. Confirmar el esquema, mientras lo componen, constituye toda la realidad de los detalles. En un film se puede siempre saber en seguida cómo terminará, quién será recompensado, castigado u olvidado; para no hablar de la música ligera, en la que el oído

preparado puede adivinar la continuación desde los primeros compases y sentirse feliz cuando llega. E1 número medio de palabras de la *short story* es intocable. Incluso los *gags*, los efectos, son calculados y planificados. Son administrados por expertos especiales y su escasa variedad hace que se los pueda distribuir administrativamente. La industria cultural se ha desarrollado con el primado del efecto, del *exploit* tangible, del detalle sobre la obra, que una vez era conductora de la idea y que ha sido liquidada junto con ésta. E1 detalle, al emanciparse, se había tornado rebelde y se había erigido —desde el romanticismo hasta el expresionismo— en expresión desencadenada, en exponente de la revolución contra la organización. E1 efecto armónico aislado había cancelado en la música la conciencia de la totalidad formal; en pintura el color particular se había sobrepuesto a la composición del cuadro; la penetración psicológica dominaba sobre la arquitectura de la novela. A ello pone fin con su totalidad la industria cultural. A1 no reconocer más que a los detalles acaba con la insubordinación de éstos y los somete a la fórmula que ha tomado el lugar de la obra. La industria cultural trata de la misma forma al todo y a las partes. E1 todo se opone, en forma despiadada o incoherente, a los detalles, un poco como la carrera de un hombre de éxito, a quien todo debe servirle de ilustración y prueba, mientras que la misma carrera no es más que la suma de esos acontecimientos idiotas. La llamada idea general es un mapa catastral y crea un orden, pero ninguna conexión. Privados de oposición y de conexión, el todo y los detalles poseen los mismos rasgos. Su armonía garantizada desde el comienzo es la caricatura de aquella otra —conquistada— de la obra maestra burguesa. En Alemania, en los films más despreocupados del período democrático, reinaba ya la paz sepulcral de la dictadura.

E1 mundo entero es pasado por el cedazo de la industria cultural. La vieja esperanza del espectador cinematográfico, para quien la calle parece la continuación del espectáculo que acaba de dejar, debido a que éste quiere precisamente reproducir con exactitud el mundo perceptivo de todos los días, se ha convertido en el criterio de la producción. Cuanto más completa e integral sea la duplicación de los objetos empíricos por parte de las técnicas cinematográficas, tanto más fácil resulta hacer creer que el mundo exterior es la simple prolongación del que se presenta en el *film*. A partir de la brusca introducción del elemento sonoro el proceso de reproducción mecánica ha pasado enteramente al servicio de este propósito. E1 ideal consiste en que la vida no pueda distinguirse más de los *films*. El *film*, superando en gran medida al teatro ilusionista, no deja a la fantasía ni al pensar de los espectadores dimensión alguna en la que puedan moverse por su propia cuenta sin perder el hilo, con lo que adiestra a sus propias víctimas para identificarlo inmediatamente con la realidad. La atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del consumidor cultural contemporáneo no tiene necesidad de ser manejada según mecanismos psicológicos. Los productos mismos, a partir del más típico, el film sonoro, paralizan tales facultades mediante su misma constitución objetiva. Tales productos están hechos de forma tal que su percepción adecuada exige rapidez de intuición, dotes de observación, competencia específica, pero prohibe también la actividad mental del espectador, si éste no quiere perder los hechos que le pasan rápidamente delante. Es una tensión tan automática que casi no tiene necesidad de ser actualizada para excluir la imaginación. Quien está de tal forma absorto en el universo del film, en los gestos, imágenes y palabras, que carece de la capacidad de agregar a éstos aquello por lo que podrían ser tales, no por ello se encontrará en el momento de la exhibición sumido por completo en los efectos particulares del espectáculo que contempla. A través de todos los otros films y productos culturales que necesariamente debe conocer, han llegado a serle tan familiares las pruebas de atención requeridas que se le producen automáticamente. La violencia de la sociedad industrial obra sobre los hombres de una vez por todas. Los productos de la industria cultural pueden ser consumidos rápidamente incluso en estado de distracción. Pero cada uno de ellos es un modelo del gigantesco mecanismo económico que mantiene a todos bajo presión desde el comienzo, en el trabajo y en el descanso que se le asemeja. De cada film sonoro, de cada transmisión radial se puede deducir aquello que no se podría traducir como efecto a ninguno de

ellos aisladamente, pero sí al conjunto de todos en la sociedad. Inevitablemente, cada manifestación aislada de la industria cultural reproduce a los hombres tal como aquello en que ya los ha convertido la entera industria cultural. Y todos los agentes de la industria cultural, desde el productor hasta las asociaciones femeninas, velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no conduzca en modo alguno a una reproducción enriquecida.

L as quejas de los historiadores del arte y de los abogados de la cultura respecto a la extinción de la energía estilística en Occidente son pavorosamente infundadas. La traducción estereotipada de todo, incluso de aquello que aún no ha sido pensado, dentro del esquema de la reproductibilidad mecánica, supera en rigor y validez a todo verdadero estilo, concepto este con el que los amigos de la cultura idealizan —como "orgánico"— al pasado precapitalista. Ningún Palestrina hubiera podido expeler la disonancia no preparada y no resuelta con el purismo con el que un *arrangeur* de música de *jazz* elimina hoy toda cadencia que no se adecue perfectamente a su jerga. Cuando adapta a Mozart no se limita a modificarlo allí donde es demasiado serio o demasiado difícil, sino también done armonizaba la melodía en forma diversa —y acaso con más sencillez— de lo que se usa hoy. Ningún constructor de iglesias medieval hubiera inspeccionado los temas de los vitrales y de las esculturas con la desconfianza con que la dirección del estudio cinematográfico examina un tema de Balzac o de Victor Hugo antes de que éste obtenga el *imprimatur* que le permitirá continuar adelante. Ningún capítulo habría asignado a las caras diabólicas y las penas de los condenados su justo puesto en el orden del sumo amor con el escrúpulo con el que la dirección de producción se lo asigna a la tortura del héroe o a la sucinta pollera de la *leading lady* en la letanía del *film* de éxito. E1 catálogo explícito e implícito, exotérico y esotérico de lo prohibido y de lo tolerado, no se limita a circunscribir un sector libre, sino que lo domina y lo controla desde la superficie hasta el fondo. Incluso los detalles mínimos son modelados según sus normas. La industria cultural, a través de sus prohibiciones, fija positivamente —a1 igual que su antítesis, el arte de vanguardia— un lenguaje suyo, con una sintaxis y un léxico propios. La necesidad permanente de nuevos efectos, que quedan sin embargo ligados al viejo esquema, no hace más que aumentar, como regla supletoria, la autoridad de lo ordenado, a la que cada efecto particular querría sustraerse. Todo lo que aparece es sometido a un sello tan profundo que al final no aparece ya nada que no lleve por anticipado el signo de la jerga y que no demuestre ser, a primera vista, aprobado y reconocido. Pero los matadores[1] —productores o reproductores—son aquellos que hablan la jerga con tanta facilidad, libertad y alegría, como si fuese la lengua que ha vencido desde hace tiempo al silencio. Es el ideal de la naturaleza en la industria, que se afirma tanto más imperiosamente cuanto la técnica perfeccionada reduce más la tensión entre imagen y vida cotidiana. La paradoja de la *routine* disfrazada de naturaleza se advierte en todas las manifestaciones de la industria cultural, y en muchas se deja tocar con la mano. Un ejecutante de *jazz* que debe tocar un trozo de música seria, el más simple *minuet* de Beethoven, lo sincopa involuntariamente y sólo accede a tocar las notas preliminares con una sonrisa de superioridad. Esta "naturaleza", complicada por las instancias siempre presentes y desarrolladas hasta el exceso del medio especifico, constituye el nuevo estilo, es decir, "un sistema de no–cultura, al que se le podría reconocer una cierta «unidad estilística», si se concede que tiene sentido hablar de una barbarie estilizada".[2]

La fuerza universalmente vinculante de esta estilización supera ya a la de las prohibiciones y prescripciones oficiosas; hoy se perdona con más facilidad a un motivo que no se atenga a los treinta y dos compases que contenga aunque sea el más secreto detalle melódico o armónico extraño al idioma. Todas las violaciones de los hábitos del oficio cometidas por Orson Welles le son perdonadas, porque

[1] En castellano en el original. (N. del T.)

[2] F. Nietzsche, Unzeitsemässe Betrachtungen, en *Werke*, Grossoktavausgabe, Leipzig, 1917, I, pág. 187.

—incluyendo las incorrecciones– no hacen mas que reforzar y confirmar la validez del sistema. La obligación del idioma técnicamente condicionado que actores y directores deben producir como naturaleza, a fin de que la nación pueda hacerlo suyo, se refiere a matices tan sutiles que alcanzan casi el refinamiento de los medios de una obra de vanguardia, medios con los cuales esta última, a diferencia de aquélla, sirve a la verdad. La rara capacidad para obedecer minuciosamente a las exigencias del idioma de la naturaleza en todos los sectores de la industria cultural se convierte en el criterio de la habilidad y de la competencia. Todo lo que se dice y la forma en que es dicho debe poder ser controlado en relación con el lenguaje cotidiano, como ocurre en el positivismo lógico. Los productores son expertos. E1 idioma exige una fuerza productiva excepcional, que absorbe y consume enteramente y que ha superado la distinción –predilecta de la teoría conservadora de la cultura– entre estilo genuino y artificial. Como artificial podría ser definido un estilo impreso desde el exterior sobre los impulsos reluctantes de la figura. Pero en la industria cultural, la materia, hasta en sus últimos elementos, es originada por el mismo aparato que produce la jerga en que se resuelve. Las diferencias que se producen entre el "especialista artístico" y el *sponsor* y el *censor* a propósito de una mentira demasiado increíble no son en realidad testimonio de una tensión estética interna sino más bien de una divergencia de intereses. La *renommée* del especialista —en la que a veces se refugia un último resto de autonomía objetiva— entra en conflicto con la política comercial de aquellos que producen la mercancía cultural. Pero la cosa, en su esencia, está reificada como viable aun antes de que se llegue al conflicto. Aun antes de que Zanuck la comprase, la santa Bernadette brillaba en el campo visivo de su autor como una *réclame* para todos los consorcios interesados. Tal es lo queda de los impulsos autónomos de la obra. Y he ahí por qué el estilo de la industria cultural, que no necesita afirmarse en la resistencia de la materia, es al mismo tiempo la negación del estilo. La conciliación de lo universal y lo particular, regla e instancia específica del objeto —cuya realización es *conditio sine qua non* de la sustancia y el peso del estilo—, carece de valor porque no determina ya ninguna tensión entre los dos polos: los extremos que se tocan quedan traspasados en una turbia identidad, lo universal puede sustituir a lo particular y viceversa.

Sin embargo, esta caricatura del estilo dice algo sobre el estilo auténtico del pasado. E1 concepto de estilo auténtico queda desenmascarado en la industria cultural como equivalente estético del dominio. La idea del estilo como coherencia puramente estética es una proyección retrospectiva de los románticos. En la unidad del estilo —no sólo del Medioevo cristiano sino también del Renacimiento— se expresa la estructura diversa de la violencia social, y no la oscura experiencia de los dominados, en la que se encerraba lo universal. Los grandes artistas no fueron nunca quienes encarnaron el estilo en la forma más pura y perfecta, sino quienes acogieron en la propia obra al estilo como rigor respecto a la expresión caótica del sufrimiento, como verdad negativa. En el estilo de las obras la expresión conquistaba la fuerza sin la cual la existencia pasa desoída. Incluso las obras tenidas por clásicas, como la música de Mozart, contienen tendencias objetivas en contraste con su estilo. Hasta Schönberg y Picasso, los grandes artistas han conservado su desconfianza hacia el estilo y –en todo lo que es decisivo– se han atenido menos al estilo que a la lógica del objeto. Lo que expresionistas y dadaístas afirmaban polémicamente, la falsedad del estilo como tal, triunfa hoy en la jerga canora del *crooner*, en la gracia relamida de la *star* y, en fin, en la magistral imagen fotográfica de la choza miserable del trabajador manual. En toda obra de arte el estilo es una promesa. En la medida en que lo que se expresa entra a través del estilo en las formas dominantes de la universalidad, en el lenguaje musical, pictórico, verbal, debería reconciliarse con la idea de la verdadera universalidad. Esta promesa de la obra de arte —de fundar la verdad a través de la inserción de la figura en las formas socialmente trasmitidas— es a la vez necesaria e hipócrita, Tal promesa pone como absoluto las formas reales de lo existente, pretendiendo anticipar su realización en sus derivados estéticos. En este sentido la pretensión del arte es siempre también ideología. Por otra parte, el arte puede hallar una expresión para el sufrimiento sólo al enfrentarse con la

tradición que se deposita en el estilo. En la obra de arte, en efecto, el momento mediante el cual trasciende la realidad resulta inseparable del estilo: pero no consiste en la armonía realizada, en la problemática unidad de forma y contenido, interior y exterior, individuo y sociedad, sino en los rasgos en los que aflora la discrepancia, en el necesario fracaso de la tensión apasionada hacia la identidad. En lugar de exponerse a este fracaso, en el que el estilo de la gran obra de arte se ha visto siempre negado, la obra mediocre ha preferido siempre semejarse a las otras, se ha contentado con el sustituto de la identidad. La industria cultural, en suma, absolutiza la imitación. Reducida a puro estilo, traiciona el secreto de éste, o sea, declara su obediencia a la jerarquía social. La barbarie estética ejecuta hoy la amenaza que pesa sobre las creaciones espirituales desde el día en que empezaron a ser recogidas y neutralizadas como cultura. Hablar de cultura ha sido siempre algo contra la cultura. E1 denominador común "cultura" contiene ya virtualmente la toma de posesión, el encasillamiento, la clasificación, que entrega la cultura al reino de la administración. Sólo la subsunción industrializada, radical y consecuente, está en pleno acuerdo con este concepto de cultura. A1 subordinar de la misma forma todos los aspectos de producción espiritual al fin único de cerrar los sentidos de los hombres —desde la salida de la fábrica por la noche hasta el regreso frente al reloj de control la mañana siguiente— mediante los sellos del proceso de trabajo que ellos mismos deben alimentar durante la jornada, la industria cultural pone en práctica sarcásticamente el concepto de cultura orgánica que los filósofos de la personalidad oponían a la masificación.

De tal suerte la industria cultural, el estilo más inflexible de todos, se revela corno meta justamente de aquel liberalismo al que se le reprochaba falta de estilo. No se trata sólo de que sus categorías y sus contenidos hayan surgido de la esfera liberal, del naturalismo domesticado como de la opereta y de la revista, sino que incluso los modernos trusts culturales constituyen el lugar económico donde continúa sobreviviendo provisoriamente —con los tipos correspondientes de empresarios— una parte de la esfera tradicional de la circulación en curso de demolición en el resto de la sociedad. Aquí se puede hacer aún fortuna, con tal de que no se sea demasiado exigente y se esté dispuesto a los acuerdos. Lo que resiste sólo puede sobrevivir enquistándose. Una vez que lo que resiste ha sido registrado en sus diferencias por parte de la industria cultural, forma parte ya de ella, tal como el reformador agrario se incorpora al capitalismo. La rebelión que rinde homenaje a la realidad se convierte en la marca de fábrica de quien tiene una nueva idea para aportar a la industria. La esfera pública de la sociedad actual no deja pasar ninguna acusación perceptible en cuyo tono los de oído fino no adviertan ya la autoridad bajo cuyo signo el *révolté* se reconcilia con ellos. Cuanto más inconmensurable se torna el abismo entre el coro y los solistas más puesto hay entre estos últimos para quien sepa dar testimonio de su propia superioridad mediante una originalidad bien organizada. De tal suerte, incluso en la industria cultural, sobrevive la tendencia del liberalismo de dejar paso libre a los capaces. La función de abrir camino a estos virtuosos se mantiene aún hoy en un mercado ampliamente regulado en todo otro sentido, mercado en el que en los buenos tiempos la única libertad que se permitía al arte era la de morir de hambre. No por azar surgió el sistema de la industria cultural en los países industriales más liberales, así como es en ellos donde han triunfado todos sus medios característicos, el cine, la radio, el *jazz* y los *magazines*. Es cierto que su desarrollo progresivo surgía necesariamente de las leyes generales del capital. Gaumont y Pathé, Ullstein y Hugenberg habían seguido con éxito la tendencia internacional, la dependencia de Europa respecto a los Estados Unidos –después de la primera guerra mundial y de la inflación– hizo el resto. Creer que la barbarie de la industria cultural constituye una consecuencia del *cultural laq*, del atraso de la conciencia norteamericana respecto al estado alcanzado por la técnica, es pura ilusión. Era la Europa prefascista la que estaba atrasada en relación con la tendencia hacia el monopolio cultural. Pero justamente gracias a este atraso conservaba el espíritu un resto de autonomía. En Alema-

nia la insuficiencia del control democrático sobre la vida civil había surtido efectos paradójicos. Mucho se sustraía al mecanismo del mercado, que se había desencadenado en los países occidentales. El sistema educativo alemán, incluyendo las universidades, los teatros con carácter de guías en el plano artístico, las grandes orquestas, los museos, se hallaban bajo protección. Los poderes políticos, estado y comunas, que habían recibido estas instituciones en herencia del absolutismo, les habían dejado su parte de aquella independencia respecto a las relaciones, fuerza explícita en el mercado que les había sido concedida a pesar de todo hasta fines del siglo XIX por los príncipes y señores feudales. Ello reforzó la posición del arte burgués tardío contra el veredicto de la oferta y la demanda, y favoreció su resistencia mucho más allá de la protección acordada. Incluso en el mercado el homenaje a la calidad todavía no traducible en valor corriente se resolvía en poder de adquisición, gracias a lo cual dignos editores literarios y musicales podían ocuparse de autores que no atraían más que la estima de los entendidos. Sólo la obligación de inscribirse continuamente —bajo las amenazas más graves— como experto estético la vida industrial ha esclavizado definitivamente al artista. En una época firmaban sus cartas, como Kant y Hume, calificándose de "siervos humildísimos", mientras minaban las bases del trono y del altar. Hoy se tutean con los jefes de estado y están sometidos, en lo que respecta a todos sus impulsos artísticos, al juicio de sus jefes iletrados. E1 análisis cumplido por Tocqueville hace cien años se ha cumplido plenamente. Bajo el monopolio privado de la cultura acontece realmente que "la tiranía deja libre el cuerpo y embiste directamente contra el alma. E1 amo no dice más: debes pensar como yo o morir. Dice: eres libre de no pensar como yo, tu vida, tus bienes, todo te será dejado, pero a partir de este momento eres un intruso entre nosotros"[3]. Quien no se adapta resulta víctima de una impotencia económica que se prolonga en la impotencia espiritual del aislado. Excluido de la industria, es fácil convencerlo de su insuficiencia. Mientras que en la producción material el mecanismo de la oferta y la demanda se halla ya en vías de disolución, continúa operando en la superestructura como control que beneficia a los amos. Los consumidores son los obreros y empleados, *farmers* y pequeños burgueses. La totalidad de las instituciones existentes los aprisiona de tal forma en cuerpo y alma que se someten sin resistencia a todo lo que se les ofrece. Y como los dominados .han tomado siempre la moral que les venía de los señores con mucha más seriedad que estos últimos, así hoy las masas engañadas creen en el mito del éxito aun más que los afortunados. Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se las esclaviza. La funesta adhesión del pueblo al mal que se le hace llega incluso a anticipar la sabiduría de las presiones y supera el rigor de la Hays Office. Esa adhesión sostiene a Mickey Rooney contra la trágica Garbo. La industria se adapta a tales pedidos. Lo que representa un pasivo para la firma aislada, que a veces no puede explotar hasta el fin el contrato con la estrella en declinación, constituye un costo razonable para el sistema en total. A1 ratificar astutamente los pedidos de relevos, inaugura la armonía total. Juicio crítico y competencia son prohibidos como presunción de quien se cree superior a los otros, en una cultura democrática que reparte sus privilegios entre todos. Frente a la tregua ideológica, el conformismo de los consumidores, así como la impudicia de la producción que éstos mantienen en vida, conquista una buena conciencia. Tal conformismo se contenta con la eterna repetición de lo mismo.

La eterna repetición de lo mismo regula también la relación con el pasado. La novedad del estadio de la cultura de masas respecto al liberal tardío consiste en la exclusión de lo nuevo. La máquina rueda *sur place*. Cuando llega al punto de determinar el consumo, descarta como riesgo inútil lo que aun no ha sido experimentado. Los cineastas consideran con sospecha todo manuscrito tras el cual no haya ya un tranquilizador *best-seller* Justamente por eso se habla siempre de *idea*, *novelty* y *surprise*, de algo que a la vez sea archiconocido y no haya existido nunca. Para eso sirven el ritmo y el dinamismo.

[3] A. de Tocqueville, De la démocratie en Amérique, Paris, 1864, II, pág. 151.

Nada debe quedar como estaba, todo debe correr continuamente, estar en movimiento. Por que sólo el universal triunfo del ritmo de producción v reproducción mecánica garantiza que nada cambia, que no surge nada sorprendente. Los agregados al inventario cultural experimentado son demasiado arriesgados y azarosos. Los tipos formales congelados, como *sketch*, *short story*, *film* de tesis, canción, son el prototipo, y amenazadoramente *octroyé*, del gusto liberal tardío. Los dirigentes de las empresas culturales, que proceden de acuerdo entre sí como si fueran un solo *manager*, han racionalizado desde hace tiempo el espíritu objetivo. Es como si un tribunal omnipresente hubiese examinado el material y establecido el catálogo oficial de los bienes culturales, que ilustra brevemente sobre las series disponibles. Las ideas se hallan inscriptas en el cielo de la cultura, en el cual ya numeradas, incluso convertidas en números, inmutables, habían sido encerrados por Platón.

E1 *amusement*, todos los elementos de la industria cultural, existían mucho antes que ésta. Ahora son retomados desde lo alto y llevados al nivel de los tiempos. La industria cultural puede jactarse de haber actuado con energía y de haber erigido como principio la transposición —a menudo torpe— del arte a la esfera del consumo, de haber liberado al *amusement* de sus ingenuidades más molestas y de haber mejorado la confección de las mercancías. Cuanto más total ha llegado a ser, cuanto más despiadadamente ha obligado a todo *outsider* a quebrar o a entrar en la corporación, tanto más fina se ha vuelto, hasta terminar en una síntesis de Beethoven con el Casino de París. Su triunfo es doble: lo que gasta fuera de sí como verdad puede reproducirlo a placer dentro de sí como mentira. E1 arte "ligero" como tal, la distracción, no es una forma morbosa y degenerada. Quien lo acusa de traición respecto al ideal de la pura expresión se hace ilusiones respecto a la sociedad La pureza del arte burgués, que se ha hipostatizado como reino, de la libertad en oposición a la praxis material, ha sido pagada desde el principio con la exclusión de la clase inferior, a cuya causa —la verdadera universalidad— el arte sigue siendo fiel justamente gracias a la libertad respecto a los fines de la falsa libertad. El arte serio se ha negado a aquellos para quiénes la necesidad y la presión dei sistema convierten a la seriedad en una burla, y que por necesidad se sienten contentos cuando pueden transcurrir pasivamente el tiempo que no están atados a la rueda. El arte "ligero" ha acompañado como una sombra al arte autónomo. E1 arte "ligero" es la mala conciencia social del arte serio. Lo que el arte serio debía perder en términos de verdad en base a sus premisas sociales confiere al arte "ligero" una, apariencia de legitimidad. La verdad reside en la escisión misma, que expresa por lo menos la negatividad de la cultura que constituyen, sumándose, las dos esferas. En modo alguno se deja conciliar la antítesis cuando se acoge al arte ligero en el serio o viceversa. Justamente esto es lo que trata de hacer la industria cultural. La excentricidad del circo, del *panopticum* y del burdel respecto a la sociedad le molesta tanto como la de Schönberg y de Karl Krauss. Así Benny Goodman es acompañado por el cuarteto de Budapest y toca con ritmo más pedante que un clarinetista de orquesta filarmónica, mientras que los integrantes del cuarteto tocan en la misma forma lisa y vertical y con la misma dulzonería con que lo hace Guy Lombardo. Lo notable no es la crasa incultura, la torpeza o la estupidez. Los rechazos de antaño han sido liquidados por la industria cultural gracias a su misma perfección, la prohibición y la domesticación del *dilettantismo*, aun cuando cometa continuamente *gaffes* enormes, inseparables de la idea misma de un nivel "sostenido". Pero lo nuevo consiste en que elementos inconciliables de la cultura, arte y diversión, sean reducidos mediante la subordinación final a un solo falso denominador: la totalidad de la industria cultural. Ésta consiste en la repetición. No es cosa extrínseca al sistema el hecho de que sus innovaciones típicas consistan siempre y únicamente en mejoramientos de la reproducción en masa. Con razón el interés de los innumerables consumidores va por entero hacia la técnica y no hacia los contenidos rígidamente repetidos, íntimamente vacuos y ya medio abandonados. E1 poder social adorado por los espectadores se expresa con más validez en la omnipresencia del estereotipo realizada e impuesta por la técnica que en las ideologías viejas de las que deben responder los efímeros contenidos.

No obstante, la industria cultural sigue siendo la industria de la diversión. Su poder sobre los consumidores es mediado por el *amusement*, que al fin es anulado no por un mero *diktat*, sino por la hostilidad inherente al principio mismo del *amusement*. Dado que la transfusión de todas las tendencias de la industria cultural a la carne y a la sangre del público se cumple a través del entero proceso social, la supervivencia del mercado en este sector obra en el sentido de promover ulteriormente dichas tendencias. La demanda no se halla aun sustituida por la pura obediencia. Hasta tal punto es verdad esto que la gran reorganización del cine en vísperas de la primera guerra mundial —condición material de su expansión— consistió justamente en una adaptación consciente a las necesidades del público calculadas según las cifras de boletería, dato que en los tiempos de los *pioneers* de la pantalla no se soñaba siquiera en tomar en consideración. A los magnates del cine, que hacen siempre pruebas sobre sus ejemplos (sobre sus éxitos más o menos clamorosos) y nunca, sabiamente, sobre el ejemplo contrario, sobre la verdad, les parece así incluso hoy. Su ideología son los negocios. En todo ello es verdadero que la fuerza de la industria cultural reside en su unidad con la necesidad producida y no en el conflicto con ésta, ya sea a causa de la omnipotencia o de la impotencia. El *amusement* es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío. Es buscado por quien quiere sustraerse al proceso del trabajo mecanizado para ponerse de nuevo en condiciones de poder afrontarlo. Pero al mismo tiempo la mecanización ha conquistado tanto poder sobre el hombre durante el tiempo libre y sobre su felicidad, determina tan íntegramente la fabricación de los productos para distraerse, que el hombre no tiene acceso más que a las copias y a las reproducciones del proceso de trabajo mismo. E1 supuesto contenido no es más que una pálida fachada; lo que se imprime es la sucesión automática de operaciones reguladas. Sólo se puede escapar al proceso de trabajo en la fábrica y en la oficina adecuándose a él en el ocio. De ello sufre incurablemente todo *amusement*. El placer se petrifica en aburrimiento, pues, para que siga siendo placer, no debe costar esfuerzos y debe por lo tanto moverse estrechamente a lo largo de los rieles de las asociaciones habituales. E1 espectador no debe trabajar con su propia cabeza: toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada. Los desarrollos deben surgir en la medida de lo posible de las situaciones inmediatamente anteriores, y no de la idea del conjunto. No hay conflicto que resista al celo de los colaboradores para extraer de cada escena todo lo que puede dar. Por último aparece como peligroso incluso el esquema, en la medida en que ha instituido aunque sea un pobre contexto significativo, dado que sólo se acepta la falta de significado. A menudo, en medio de la tarea, es malignamente rechazada la continuación que los caracteres y la historia exigían según el plan primitivo. En su lugar se adopta, como paso inmediato, la idea aparentemente más eficaz que los escenaristas encuentran cada vez para la situación dada. Una sorpresa mal escogida irrumpe en la materia cinematográfica. La tendencia del producto a volver malignamente al puro absurdo, del que participaba legítimamente el arte popular y la payasada hasta Chaplin y los hermanos Marx, aparece en la forma mas evidente en los géneros menos cuidados. Mientras los *films* de Greer Garson y Bette Davis extraen aun de la unidad del caso psicológico–social algo parecido a la pretensión de una acción coherente, la tendencia al absurdo se ha impuesto plenamente en el texto del *novelty song*, en el film amarillo y en los dibujos animados. La idea misma —como los objetos de lo cómico y de lo horrible— es despedazada. Los *novelty songs* han vivido siempre del desprecio respecto al significado, que —precursores y sucesores del psicoanáli-sis—reducen a la unidad indistinta del simbolismo sexual. En los films policiales y de aventuras no se concede ya hoy al espectador que asista a una clarificación progresiva. Debe contentarse —incluso en las producciones no irónicas del género— con el resplandor de situaciones ya casi carentes de conexión necesaria entre ellas.

Los dibujos animados eran en una época exponentes de la fantasía contra el racionalismo. Hacían justicia a los animales y a las cosas electrizados por su técnica, pues pese a mutilarlos les conferían una segunda vida. Ahora no hacen más que confirmar la victoria de la razón tecnológica sobre la ver-

dad. Hace algunos años tenían una acción coherente, que se disolvía sólo en los últimos minutos en el ritmo endiablado de los acontecimientos. Su desarrollo se asemejaba en esto al viejo esquema de la *slapstick comedy*. Pero ahora las relaciones de tiempo han cambiado. En las primeras secuencias del dibujo animado se anuncia un tema de acción sobre el cual se ejercitará la destrucción: entre los aplausos del público el protagonista es golpeado por todos como una pelota. De tal forma la cantidad de la diversión organizada se transfiere a la calidad de la ferocidad organizada. Los censores autodesignados de la industria cinematográfica, unidos a ésta por una afinidad electiva vigilan la duración del delito prolongado como espectáculo divertido. La hilaridad quiebra el placer que podría proporcionar, en apariencia, la visión del abrazo, y remite la satisfacción al día del *pogrom*. Si los dibujos animados tienen otro efecto fuera del de acostumbrar los sentidos al nuevo ritmos es el de martillar en todos los cerebros la antigua verdad de que el maltrato continuo, el quebrantamiento de toda resistencia individual es la condición de vida en esta sociedad. El Pato Donald en los dibujos animados como los desdichados en la realidad reciben sus puntapiés a fin de que los espectadores se habitúen a los suyos.

E1 placer de la violencia hecha al personaje se convierte en violencia contra el espectador, la diversión se convierte en tensión. A1 ojo fatigado no debe escapar nada que los expertos hayan elegido como estimulante, no hay que mostrar jamás asombro ante la astucia de la representación, hay que manifestar siempre esa rapidez en la reacción que el tema expone y recomienda. Así resulta por lo menos dudoso que la industria cultural cumpla con la tarea de divertir de la que abiertamente se jacta. Si la mayor parte de las radios y de los cines callasen, es sumamente probable que los consumidores no sentirían en exceso su falta. Ya el paso de la calle al cine no introduce más en el sueño, y si las instituciones dejasen durante un cierto período de obligar a que se lo usase, el impulso a utilizarlo luego no sería tan fuerte. Este cierre no sería un reaccionario “asalto a las máquinas”. No serían tanto los fanáticos quienes se sentirían desilusionados como aquellos que, por lo demás, nos llevan siempre a las mismas, es decir, los atrasados. Para el ama de casa la oscuridad del cine —a pesar de los *films* destinados a integrarla ulteriormente– representa un refugio donde puede permanecer sentada durante un par de horas en paz1 como antaño, cuando había aun departamentos y noches de fiesta y se quedaba en la ventana mirando hacia afuera. Los desocupados de los grandes centros encuentran fresco en verano y calor en invierno en los locales con la temperatura regulada. En ningún otro sentido el hinchado sistema de la industria de las diversiones hace la vida más humana para los hombres. La idea de “agotar” las posibilidades técnicas dadas, de utilizar plenamente las capacidades existentes para el consumo estético de masa, forma parte del sistema económico que rechaza la utilización de las capacidades cuando se trata de eliminar el hambre.

La industria cultural defrauda continuamente a sus consumidores respecto a aquello que les promete. E1 pagaré sobre el placer emitido por la acción y la presentación es prorrogado indefinidamente: la promesa a la que el espectáculo en realidad se reduce significa malignamente que no se llega jamás al quid, que el huésped debe contentarse con la lectura del menú. A1 deseo suscitado por los espléndidos nombres e imágenes se le sirve al final sólo el elogio de la gris *routine* a la que éste procuraba escapar. Las obras de arte no consistían en exhibiciones sexuales. Pero al representar la privación como algo negativo revocaban, por así decir, la humillación del instinto y salvaban lo que había sido negado. Tal es el secreto de la sublimación estética: representar el cumplimiento a través de su misma negación. La industria cultural no sublima, sino que reprime y sofoca. A1 exponer siempre de nuevo el objeto del deseo, el seno en el *sweater* o el torso desnudo del héroe deportivo, no hace más que excitar el placer preliminar no sublimado que, por el hábito de la privación, se ha convertido desde hace tiempo en puramente masoquista No hay situación erótica que no una a la alusión y a la excitación la advertencia precisa de que no se debe jamás llegar a ese punto. La Hays Office no hace más que confirmar el

ritual que la industria cultural se ha fijado para sí misma: el de Tántalo. Las obras de arte son ascéticas y sin pudores; la industria cultural es pornográfica y *prude*. De tal suerte convierte el amor en historieta. Y así se deja pasar mucho, hasta el libertinaje como especialidad corriente, en pequeñas dosis y con la etiqueta de *daring*. La producción en serie del sexo pone en práctica automáticamente su represión. El astro del cual habría que enamorarse es a priori, en su ubicuidad, una copia de sí mismo. Toda voz de tenor suena exactamente como un disco de Caruso y las caras de las muchachas de Texas se asemejan ya al natural a los modelos triunfantes según los cuales serían clasificadas en Hollywood. La reproducción mecánica de lo bello —que la exaltación reaccionaria de la cultura favorece fatalmente con su idolatría sistemática de la individualidad— no deja ningún lugar para la inconsciente a la que estaba ligada lo bello. E1 triunfo sobre lo bello es cumplido por el humor, por el placer que se experimenta ante la vista de cada privación lograda. Se ríe del hecho de que no hay nada de que reír. La risa, serena o terrible, marca siempre el momento en que se desvanece un miedo. La risa anuncia la liberación, ya sea respecto al peligro físico, ya respecto a las redes de la lógica. La e risa serena es como el eco de la liberación respecto al poder; el terrible vence el miedo alineándose con las fuerzas que hay que temer. Es el eco del poder como fuerza ineluctable. E1 *fun* es un baño reconfortante. La industria de las diversiones lo recomienda continuamente. En ella la risa se convierte en un instrumento de la estafa respecto a la felicidad. Los momentos de felicidad no conocen la risa; sólo las operetas y luego los *films* presentan al sexo con risas. Pero Baudelaire carece de humor al igual que Hölderlin. En la falsa sociedad la risa ha herido a la felicidad como una lepra y la arrastra a su totalidad insignificante. Reírse de algo es siempre burlarse; la vida que, según Bergson, rompe la corteza endurecida, es en realidad la irrupción de la barbarie, la afirmación de sí que en la asociación social celebra su liberación de todo escrúpulo. Lo colectivo de los que ríen es la parodia de la humanidad. Son mónadas, cada una de las cuales se abandona a la voluptuosidad de estar dispuesta a todo, a expensas de todas las otras. En tal armonía proporcionan la caricatura de la solidaridad. En la risa falsa es diabólico justamente el hecho de que ésta pueda parodiar victoriosamente incluso lo mejor: la conciliación. Pero el placer es severo: *res severa verum gaudium*. La ideología de los conventos, de que no es la ascesis sino el acto sexual lo que implica renuncia a la felicidad accesible, se ve confirmada en forma negativa por la seriedad del amante que en un presagio suspende su vida ante el instante que huye. La industria cultural pone la frustración jovial en el puesto del dolor presente tanto en la ebriedad como en la ascesis. La ley suprema es que sus súbditos no alcancen jamás aquello que desean, y justamente con ello deben reír y contentares. La frustración permanente impuesta por la civilización es enseñada y demostrada a sus víctimas en cada acto de la industria cultural, sin posibilidad de equívocos. Ofrecer a tales víctimas algo y privarlas de ello es un solo y mismo acto. Ese es el efecto de todo el aparato erótico. Todo gira en torno al coito, justamente porque éste no puede cumplirse jamás. Admitir en un *film* una acción ilegítima sin que los culpables padezcan el justo castigo está prohibido con mayor severidad aun que —supongamos— el futuro yerno del millonario desarrolle una actividad en el movimiento obrero. En contraste con la era liberal, la cultura industrializada, como la fascista, puede concederse el desdén hacia el capitalismo, pero no la renuncia a la amenaza de castración. Tal amenaza constituye la esencia íntegra de la cultura industrializada. Lo decisivo hoy no es ya más el puritanismo —aunque éste continúe haciéndose valer bajo la forma de las asociaciones femeninas—, sino la necesidad intrínseca al sistema de no dar al consumidor jamás la sensación de que sea posible oponer resistencia. E1 principio impone presentar al consumidor todas las necesidades como si pudiesen ser satisfechas por la industria cultural, pero también organizar esas necesidades en forma tal que el consumidor aprenda a través de ellas que es sólo y siempre un eterno consumidor, un objeto de la industria cultural. La industria cultural no sólo le hace comprender que su engaño residiría en el cumplimiento de lo prometido, sino que además debe contentarse con lo que se le ofrece. La evasión respecto a la vida cotidiana que la industria cultural, en todos sus ramos, promete procurar es

como el rapto de la hija en la historieta norteamericana: el padre mismo sostiene la escalera en la oscuridad. La industria cultural vuelve a proporcionar como paraíso la vida cotidiana. *Escape* y *elopement* están destinados a priori a reconducir al punto de partida. La distracción promueve la resignación que quiere olvidarse en la primera.

E1 *amusement* por completo emancipado no sólo sería la antítesis del arte, sino también el extremo que toca a éste. E1 absurdo d la Mark Twain, hacia el que a veces hace insinuaciones la industria cultural norteamericana, podría ser un correctivo del arte. E1 *amusement*, cuanto más se toma en serio su contradicción con la realidad, más se asemeja a la seriedad de la real a que se opone; cuanto más trata de desarrollarse puramente a partir de su propia ley formal, tanto mayor es el esfuerzo de comprensión que exige, mientras que su fin era justamente negar el peso del esfuerzo y del trabajo. En muchos *film*–revista y sobre todo en la farsa y en los *funnies* relampaguea por momentos la posibilidad misma de esta negación. A cuya realización, por lo demás, no es lícito llegar. La pura diversión en su lógica, el despreocupado abandono a las más variadas asociaciones y felices absurdos, están excluidos de la diversión corriente, por causa del sustituto de un significado coherente que la industria cultural se obstina en añadir a sus producciones, mientras por otro lado, guiñando el ojo, trata a tal signiflcado como simple pretexto para la aparición de los divos. Asuntos biográficos y similares sirven para unir los trozos de absurdo en una historia idiota: en ella no tintinea el gorro de cascabeles del loco, sino el mazo de llaves de la razón actual, que vincula —incluso en la imagen— también el placer a los fines del progreso. Cada beso en el *film*–revista debe contribuir al éxito del boxeador o del experto en canciones cuya carrera es exaltada. Por lo tanto, el engaño no reside en el hecho de que la industria cultural prepare distracción, sino en que arruina el placer al quedar deliberadamente ligada a los clichés ideológicos de la cultura en curso de liquidación. La ética y el buen gusto prohiben por "ingenuo" al amusement incontrolado (la ingenuidad no es menos mal vista por el intelectualismo) y limitan incluso las capacidades técnicas. La industria cultural es corrupta no como Babel del pecado sino como templo del placer elevado. En todos sus niveles, desde Hemingway hasta Emil Ludwig, desde Mrs. Niniver hasta Lone Ranger, desde Toscanini a Guy Lombardo, la mentira es inherente a un espíritu que la industria cultural recibe ya terminado del arte y de la ciencia. Retiene restos de lo mejor en los rasgos que la aproximan al circo, en el atrevimiento obstinadamente insensato de los acróbatas y *clowns*, en la "defensa y justificación del arte físico frente al arte espiritual"[4]. Pero los últimos refugios de este virtuosismo sin alma, que personifica a lo humano contra el mecanismo social, son despiadadamente limpiados por una razón planificadora que obliga a todo a declarar su función y su significado. Tal razón elimina lo que abajo carece de sentido como en lo alto el significado de las obras de arte.

La fusión actual de cultura y distracción no se cumple sólo como depravación de la cultura, sino también como espiritualización forzada de la distracción, lo cual es evidente ya en el hecho de que se asiste a ella casi exclusivamente como reproducción: como cinefotografía o como audición radial. En la época de la expansión liberal el *amusement* vivía de la fe intacta en el futuro: si las cosas hubieran seguido así, todo hubiese andado mejor. Hoy la fe vuelve a espiritualizarse; se torna tan sutil como para perder de vista toda meta y reducirse al fondo dorado que es proyectado tras la realidad. La fe se compone de los acentos de valor con los que, en perfecto acuerdo con la vida misma, son investidos una vez más en el espectáculo el tipo hábil, el ingeniero, la muchacha dinámica, la falta de escrúpulos disfrazada de carácter, los intereses deportivos y hasta los automóviles y los cigarrillos, incluso cuando el espectáculo no se hace por cuenta de la publicidad de las firmas interesadas, sino por la del sistema en su totalidad. E1 *amusement* mismo se alinea entre los ideales, toma el lugar de los bienes elevados que expulsa definitivamente de la cabeza de las masas repitiéndolos en forma aun más estereotipadas que

[4] F. Wedekind, *Gesammelte Werke*, München, 1921, IX, pág. 246.

las frases publicitarias pagadas por los interesados. La interioridad, la forma subjetivamente limitada de la verdad, ha estado siempre —mucho más que lo que se imagina— sujeta a los patrones externos. La industria cultural la reduce a mentira evidente. Ya sólo se la siente como retórica, que se acepta como agregado penosamente agradable, en *best-sellers* religiosos, films psicológicos y *women serials*, para poder dominar con más certeza en la vida de los propios impulsos humanos. En este sentido el *amusement* realiza la purificación de las pasiones que Aristóteles atribuía ya a la tragedia, y Mortimer Adler asigna en realidad al *film*. A1 igual que respecto al estilo, la industria cultural descubre también la verdad sobre la catarsis.

Cuanto más sólidas se tornan las posiciones de la industria cultural, tanto más brutalmente puede obrar con las necesidades del consumidor, producirlas, guiarlas, disciplinarlas, suprimir incluso la diversión: para el progreso cultural no existe aquí ningún límite. Pero tal tendencia es inmanente al principio mismo –burgués e iluminado– del *amusement*. Si la necesidad de *amusement* ha sido producida en gran medida por la industria que hacía la *réclame* del producto mediante una oleografía sobre la avidez reproducida y, viceversa, la del polvo para budín mediante la reproducción del budín, siempre se ha podido advertir en el *amusement* la manipulación comercial, el *sales talk*, la voz del vendedor de feria. Pero la afinidad originaria de negocios y *amusement* aparece en el significado mismo de este último: la apología de la sociedad. Divertirse significa estar de acuerdo. E1 *amusement* sólo es posible en cuanto se aísla y se separa de la totalidad del proceso social, en cuanto r enuncia absurdamente desde el principio a la pretensión ineluctable de toda obra, hasta de la más insignificante: la de reflejar en su limitación el todo. Divertirse significa siempre que no hay que pensar, que hay que olvidar el dolor incluso allí donde es mostrado. En la base de la diversión está la impotencia; Es en efecto fuga, pero no —como pretende— fuga de la realidad mala, sino fuga respecto al último pensamiento de resistencia que la realidad puede haber dejado aún. La liberación prometida por el *amusement* es la del pensamiento como negación. La impudicia de la exclamación retórica, “¡mira lo que la gente quiere!”, reside en el hecho de referirse como a seres pensantes respecto a las mismas criaturas a las que, por tarea específica, se las debe arrancar de la subjetividad. Y si a veces el público se rebela contra la industria de la diversión, se trata sólo de la pasividad —vuelta coherente—a la que ésta lo ha habituado. No obstante, la tarea de: mantener a la expectativa se ha convertido cada vez en más difícil. La estupidización progresiva debe marchar al mismo paso que el progreso de la inteligencia. En la época de la estadística las masas son demasiado maliciosas para identificarse con el millonario que aparece en la pantalla y demasiado obtusas para permitirse la más mínima desviación respecto a la ley de los grandes números. La ideología se esconde en cálculo de las probabilidades. La fortuna no beneficiará a todos, pero sí al jugador afortunado o más bien a aquel que sea designado por un poder superior, por lo general la misma industria de las diversiones, que es presentada como buscando asiduamente al merecedor. Los personajes descubiertos por los cazadores de talento y lanzados luego por el estudio cinematográfico son los tipos ideales de la nueva clase media dependiente. La *starlet* debe simbolizar a la empleada, pero en forma tal que para ella —a diferencia de la verdadera empleada—, el abrigo de noche parezca hecho de medida. De tal suerte la *starlet* no se limita a fijar para la espectadora la posibilidad de que también ella aparezca en la pantalla, sino también con mayor nitidez la distancia que hay entre las dos. Sólo una puede tener la gran chance, sólo uno es famoso, y pese a que todos matemáticamente tienen la misma probabilidad, tal posibilidad es sin embargo para cada uno tan mínima que hará bien en borrarla en seguida y alegrarse de la fortuna del otro, que muy bien podría ser él y que empero no lo es jamás. Cuando la industria cultural invita aun a una identificación ingenua ésta se ve rápidamente desmentida. Para nadie es ya lícito olvidar. En un tiempo el espectador de *films* veía sus propias bodas en las del otro. Ahora los felices de la pantalla son ejemplares de la misma especie que cualquiera del público, pero

con esta igualdad queda planteada la insuperable separación de los elementos humanos. La perfecta similitud es la absoluta diferencia. La identidad de la especie prohíbe la de los casos. La industria cultural ha realizado pérfidamente al hombre como ser genérico. Cada uno es sólo aquello por lo cual puede sustituir a los otros: fungible, un ejemplar. Él mismo como individuo es lo absolutamente substituible, la pura nada, y ello es lo que comienza a experimentar cuando con el tiempo pierde la semejanza. Así se modifica la estructura íntima de la religión del éxito, a la que por lo demás se presta minuciosa obediencia. En lugar del camino *per aspera ad astra*, que implica dificultad y esfuerzo, cada vez mas se insinúa el premio. E1 elemento de ceguera en la decisión ordinaria respecto al *song* que se volverá célebre o respecto a la comparsa adaptada al papel de heroína, es exaltado por la ideología. Los films subrayan el azar. A1 exigir la ideología la igualdad esencial de los personajes, con la excepción del malo, hasta llegar a la exclusión de las fisonomías reluctantes (tal como aquellas que, como la de la Garbo, no tienen aire de dejarse apostrofar con un *hello, sister*), torna a primera vista la vida más fácil para los espectadores, a quienes se asegura que no tienen necesidad de ser distintos de lo que son y que podrían tener un éxito comparable, sin que se pretenda de ellos aquello de lo que se saben incapaces. Pero al mismo tiempo se les hace entender que incluso el esfuerzo carecería de sentido, pues la misma fortuna burguesa no tiene ya relación alguna con el efecto calculable del trabajo. En el fondo todos reconocen al azar, por el que uno hace fortuna, como la otra cara de la planificación. Justamente debido a que las fuerzas de la sociedad han alcanzado ya un grado tal de racionalidad que cualquiera podría ser ya ingeniero o *manager*, resulta por completo irracional, inmotivado, el hecho de quién sea aquel al que la sociedad le presta la preparación y la confianza necesarias para el desempeño de tales funciones. Azar y planificación se tornan idénticos, pues frente a la igualdad de los hombres la fortuna o el infortunio del individuo, hasta en los planos más elevados, ha perdido todo significado económico. E1 azar mismo es planificado: no se trata de que se lo haga recaer sobre este o el otro individuo aislado, sino del hecho mismo de que se crea que se lo gobierna. Eso sirve de coartada para los planificadores y suscita la apariencia de que la red de transacciones y medidas en que ha sido transformada la vida deja aun lugar para relaciones espontáneas e inmediatas entre la gente. Este tipo de libertad se halla simbolizado en los distintos ramos de' la industria cultural por la selección arbitraria de los casos medios. En las narraciones detalladas del semanario respecto al viaje modesto pero espléndido —organizado por el semanario mismo— cumplido por la afortunada vencedora (por lo general una dactilógrafa que acaso ganó el concurso gracias a sus relaciones con los magnates locales) se refleja la impotencia de todos. Son hasta tal punto mero material que aquellos que disponen de ellos pueden hacer subir a uno a su cielo y luego expulsarlo de allí nuevamente: que muera o haga lo que se le dé la gana con sus derechos y su trabajo. La industria está interesada en los hombres sólo como sus propios clientes y empleados y, en efecto, ha reducido a la humanidad en conjunto, así como a cada uno de sus elementos, a esta fórmula agotadora. De acuerdo con el aspecto determinante en cada ocasión, se subraya en la ideología el plan o el azar, la técnica o la vida, la civilización o la naturaleza. Como empleados, son exhortados a la organización racional y a incorporares a ella con sano sentido común. Como clientes, ven ilustrar en la pantalla o en los periódicos, a través de episodios humanos y privados, la libre elección y la atracción de aquello que no está aún clasificado. En todos los casos no pasan de ser objetos.

Cuanto menos tiene la industria cultural para prometer, cuanto menos en grado está de mostrar que la vida se halla llena de sentido, en tanto más pobre se convierte faltamente la ideología que difunde. Incluso los abstractos ideales de armonía y bondad de la sociedad resultan —en la época de la publicidad universal— demasiado concretos. Pues se ha aprendido a identificar como publicidad justamente lo abstracto. E1 argumento que sólo tiene en cuenta la verdad suscita la impaciencia de que llegue rápidamente al fin comercial que se supone persigue en la práctica. La palabra que no es un medio resulta carente de sentido; la otra, ficción y mentira. Los juicios de valor son oídos como *réclame* o

como charlas inútiles. Pero la ideología así forzada a mantenerse dentro de lo vago no se torna por ello más transparente ni tampoco más débil. Justamente su genericidad, su rechazo casi científico a comprometerse con algo inverificable, sirve de instrumento al dominio. Porque se convierte en la proclamación decidida y sistemática de lo que es. La industria cultural tiene la tendencia a transformarse en un conjunto de protocolos y justamente por ello en irrefutable profeta de lo existente. Entre los escollos de la falsa noticia individualizable y de la verdad manifiesta la industria cultural se mueve con habilidad repitiendo el fenómeno tal cual, oponiendo su opacidad al conocimiento y erigiendo como ideal el fenómeno mismo en su continuidad omnipresente. La ideología se escinde en la fotografía de la realidad en bruto y en la pura mentira de su significado, que no es formulada explícitamente, sino sugerida e inculcada. A fin de demostrar la divinidad de lo real no se hace mas que repetir cínicamente lo real. Esta prueba fotológica no es convincente sino aplanadora. Quien frente a la potencia de la monotonía duda aún es un loco. La industria cultural está tan bien provista para rechazar las objeciones dirigidas contra ella misma como aquéllas lanzadas contra el mundo que ella reduplica sin tesis preconcebidas. Se tiene sólo la posibilidad de colaborar o de quedarse atrás: los provincianos, que para defenderse del cine y de la radio recurren a la eterna belleza o a los conjuntos filodramáticos, están políticamente ya en el punto hacia el que la cultura de masas aún esta empujando a sus súbditos. La cultura de masas es lo suficientemente equilibrada como para parodiar o disfrutar como ideología, de acuerdo con la ocasión, incluso a los viejos sueños de antaño, como el culto del padre o el sentimiento incondicionado. La nueva ideología tiene por objeto el mundo como tal. Adopta el culto del hecho, limitándose a elevar la mala realidad —mediante la representación más exacta posible— al reino de los hechos. Mediante esta transposición, la realidad misma se convierte en sustituto del sentido y del derecho. Bello es todo lo que la cámara reproduce. A la perspectiva frustrada de poder ser la empleada a quien le toca en suerte un crucero transoceánico, corresponde la visión desilusionada de los países exactamente fotografiados por los que el viaje podría conducir. Lo que se ofrece no es Italia, sino la prueba visible de su existencia. E1 *film* puede llegar a mostrar París, donde la joven norteamericana piensa en realizar sus sueños, en la desolación más completa, para empujarla en forma tanto más inexorable a los brazos del joven norteamericano *smart* a quien hubiera podido conocer en su misma casa. Que todo en general marche, que el sistema incluso en su última fase continúe reproduciendo la vida de aquellos que lo componen, en lugar de eliminarlos en seguida, es cosa que se acredita como mérito y significado. Continuar tirando hacia adelante en general se convierte en justificación de la ciega permanencia del sistema, así como de su inmutabilidad. Sano es aquello que se repite, el ciclo tanto en la naturaleza como en la industria. Eternamente gesticulan los mismos *babies* en los suplementos ilustrados, eternamente golpea la máquina del *jazz*. Pese a todo progreso de la técnica de la reproducción, de las reglas y de las especialidades, pese a todo agitado afanarse, el alimento que la industria cultural alarga a los hombres sigue siendo la piedra de la estereotipia. La industria cultural vive del ciclo, de la maravilla de que las madres continúen haciendo hijos pese a todo, de que las ruedas continúen girando. Eso sirve para remachar la inmutabilidad de las relaciones. Los campos en que ondean espigas de trigo en la parte final de *El gran dictador* de Chaplin desmienten el discurso antifascista por la libertad. Se asemejan a la cabellera rubia de la muchacha alemana cuya vida en el campamento veraniego fotografía la Ufa. Por el hecho mismo de que el mecanismo social de dominio coloca a la naturaleza como saludable antítesis de la sociedad, la naturaleza queda absorbida y encuadrada dentro de la sociedad incurable. La confirmación visual de que los árboles son verdes, de que el cielo es azul y de que las noches pasan hace de estos elementos criptogramas de chimeneas y de estaciones de servicio para automóviles. Viceversa, las ruedas y partes mecánicas deben brillar en forma alusiva, degradadas al carácter de exponentes de esa alma vegetal y etérea. De tal suerte la naturaleza y la técnica son movilizadas contra la mufa, la imagen falseada en el recuerdo de la sociedad liberal, en la que, según parece, se giraba en sofocantes cuartos cubiertos de

felpa, en lugar de practicar, como se hace hoy, un sano y asexual naturismo, o se permanecía en *panne* en un Mercedes Benz antediluviano en lugar de ir a la velocidad de un rayo desde el punto en que se está a otro que es exactamente igual. E1 triunfo del *trust* colosal sobre la libre iniciativa es celebrado por la industria cultural como eternidad de la libre iniciativa. Se combate al enemigo ya derrotado, al sujeto pensante. La resurrección del antifilisteo Hans Sonnenstösser en Alemania y el placer de ver *Vida con el padre* son de la misma índole.

Hay algo con lo que sin duda no bromea la ideología vaciada de sentido: la previsión social. "Ninguno tendrá frío ni hambre: quien lo haga terminará en un campo de concentración": esta frase proveniente de la Alemania hitleriana podría brillar como lema en todos los portales de la industria cultural. La frase presupone, con astuta ingenuidad, el estado que caracteriza a la sociedad más reciente: tal sociedad sabe descubrir perfectamente a los suyos. La libertad formal de cada uno está garantizada. Oficialmente, nadie debe rendir cuentas sobre lo que piensa. Pero en cambio cada uno está desde el principio encerrado en un sistema de relaciones e instituciones que Forman un instrumento hipersensible de control social. Quien no desee arruinarse debe ingeniárselas para no resultar demasiado ligero en la balanza de tal sistema De otro modo pierde terreno en la vida y termina por hundirse. E1 hecho de que en toda carrera, pero especialmente en las profesiones liberales, los conocimientos del ramo se hallen por lo general relacionados con una actitud conformista puede suscitar la ilusión de que ello es resultado de los conocimientos específicos. En realidad, parte de la planificación irracional de esta sociedad consiste en reproducir, bien o mal, sólo la vida de sus fieles. La escala de los niveles de vida corresponde exactamente g1 lazo íntimo de clases e individuos con el sistema. Se puede confiar en el *manager* y aun es fiel el pequeño empleado, Dagwood, tal como vive en las historietas cómicas y en la realidad. Quien siente frío y hambre, aun cuando una vez haya tenido buenas perspectivas, está marcado. Es un *outsider* y esta (prescindiendo a veces de los delitos capitales) es la culpa más grave. En los *films* se convierte en el mejor de los casos en el individuo original, objeto de una sátira pérfidamente indulgente, aunque por lo común es el *villain*, que aparece como tal ya no bien muestra la cara, mucho antes de que la acción lo demuestre, a fin de que ni siquiera temporariamente pueda incurrirse en el error de que la sociedad se vuelva contra los hombres de buena voluntad. En realidad, se cumple hoy una especie de *welfare state* de grado superior. A fin de defender las posiciones propias, se mantiene en vida una economía en la cual, gracias al extremo desarrollo de la técnica, las masas del propio país resultan ya, en principio, superfluas para la producción. A causa de ello la posición del individuo se torna precaria. En el liberalismo el pobre, pasaba por holgazán, hoy resulta inmediatamente sospechoso: está destinado a los campos de concentración o, en todo caso, al infierno de las tareas más humildes y de los *slums*. Pero la industria cultural refleja la asistencia positiva y negativa hacia los administrados como solidaridad inmediata de los hombres en el mundo de los capaces. Nadie es olvidado, por doquier hay vecinos, asistentes sociales, individuos al estilo del Doctor Gillespie y filósofos a domicilio con el corazón del lado derecho que, con su afable intervención de hombre a hombre, hacen de la miseria socialmente reproducida casos individuales y curables, en la medida en que no se oponga a ello la depravación personal de los individuos. E1 cuidado respecto a las buenas relaciones entre los dependientes, aconsejada por la ciencia empresaria y ya practicada por toda fábrica a fin de lograr el aumento de la producción, pone hasta el último impulso privado bajo control social, mientras que en apariencia torna inmediatas o vuelve a privatizar las relaciones entre los hombres en la producción. Este socorro invernal psíquico arroja su sombra conciliadora sobre las bandas visuales y sonoras de la industria cultural mucho tiempo antes de expandirse totalitariamente desde la fábrica sobre la sociedad entera. Pero los grandes socorredores y benefactores de la humanidad, cuyas empresas científicas los autores cinematográficos deben presentar directamente como actos de piedad, a fin de poder extraer de ellas un interés

humano científico, desempeñan el papel de conductores de los pueblos, que terminan por decretar la abolición de la piedad y saben impedir todo contagio una vez que se ha liquidado al último paralítico.

La insistencia en el buen corazón es la forma en que la sociedad confiesa el daño que hace: todos saben que en el sistema no pueden ya ayudarse por sí solos y ello debe ser tenido en cuenta por la ideología. En lugar de limitarse a cubrir el dolor bajo el velo de una solidaridad improvisada, la industria cultural pone todo su honor de firma comercial en mirarlo virilmente a la cara y en admitirlo, conservando con esfuerzo su dignidad. E1 *pathos* de la compostura justifica al mundo que la torna necesaria. Así es la vida, tan dura, pero por ello mismo tan maravillosa, tan sana. La mentira no retrocede ante lo trágico. Así como la sociedad total no elimina el dolor de sus miembros, sino que lo registra y lo planifica, de igual forma procede la cultura de masas con lo trágico. De ahí los insistentes préstamos tomados del arte. El arte brinda la sustancia trágica, que el puro *amusement* no puede proporcionar, pero que sin embargo necesita si quiere mantenerse de algún modo fiel al postulado de reproducir exactamente el fenómeno. Lo trágico, transformado en momento previsto y aprobado por el mundo, se convierte en bendición de este último. Lo trágico sirve para proteger de la acusación de que no se toma a la realidad lo suficientemente en serio, cuando en cambio se la utiliza con cínicas lamentaciones. Torna interesante el aburrimiento de la felicidad consagrada y pone lo interesante al alcance de todos. Ofrece al consumidor que ha visto culturalmente días mejores el sustituto de la profundidad liquidada hace tiempo, y al espectador común, las escorias culturales de las que debe disponer por razones de prestigio. A todos les concede el consuelo de que aún es posible el destino humano auténtico y fuerte y de que su representación desprejuiciada resulta necesaria. La realidad compacta y sin lagunas en cuya reproducción se resuelve hoy la ideología aparece más grandiosa, noble y fuerte en la medida en que se mezcla a ella el dolor necesario. Tal realidad asume aspecto de destino. Lo trágico es reducido a la amenaza de aniquilar a quien no colabore, mientras que su significado paradójico consistía en una época en la resistencia sin esperanza a la amenaza mítica. E1 destino trágico se convierte en castigo justo, transformación que ha sido siempre el ideal de la estética burguesa. La moral de la cultura de masas es la misma, "rebajada", que la de los libros para muchachos de ayer. De tal suerte, en la producción de primera calidad lo malo se halla personificado por la histérica que —a través de un estudio de pretendida exactitud científica— busca defraudar a la más realista rival del bien de su vida y encuentra una muerte nada teatral. Las presentaciones tan científicas se encuentran sólo en la cumbre de la producción. Por debajo, los gastos son considerablemente menores y lo trágico es domesticado sin necesidad de la psicología social. Así como toda opereta vienesa que se respete debía tener en su segundo acto un final trágico, que no dejaba al tercero más que la aclaración de los malentendidos, del mismo modo la industria cultural asigna a lo trágico un lugar preciso en la *routine*. Ya la notoria existencia de la receta basta para calmar el temor de que lo trágico escape al control. La descripción de la fórmula por parte del ama de casa, *getting into trouble and out again*, define la entera cultura de masas, desde el *woman serial* más idiota hasta la obra cumbre. Incluso el peor de los finales —que en el pasado tenía mejores intenciones— remacha el orden y falsea lo trágico, ya sea cuando la amante ilegítima paga con la muerte su breve felicidad, ya sea que el triste fin en las imágenes haga resplandecer con más brillo la indestructibilidad de la vida real. E1 cine trágico se convierte efectivamente en un instituto de perfeccionamiento moral. Las masas desmoralizadas de la vida bajo la presión del sistema, que demuestran estar civilizadas sólo en lo que concierne a los comportamientos automáticos y forzados, de los que brota por doquier reluctancia y furor, deben ser disciplinadas por el espectáculo de la vida inexorable y por la actitud ejemplar de las víctimas. La cultura ha contribuido siempre a domar los instintos revolucionarios, así como los bárbaros. La cultura industrializada hace algo más. Enseña e inculca la condición necesaria para tolerar la vida despiadada. El individuo debe utilizar su disgusto general como impulso para abandonarse al poder colectivo del que está harto. Las situaciones crónicamente desesperadas que afli-

gen al espectador en la vida cotidiana se convierten en la reproducción, no se sabe cómo, en garantía de que se puede continuar viviendo. Basta advertir la propia nulidad, suscribir la propia derrota, y ya se ha entrado a participar. La sociedad es una sociedad de desesperados y por lo tanto la presa de los amos. En algunas de las más significativas novelas alemanas del período prefascista, como *Berlin Alexanderplatz* e *¿Y ahora, pobre hombre?*, esta tendencia se expresaba con tanto vigor como en los *films* corrientes y en la técnica del jazz. En todos los casos se trata siempre, en el fondo, de la burla que se hace a sí mismo el "hombre pequeño". La posibilidad de convertirse en sujeto económico, empresario, propietario, ha desaparecido definitivamente. Hasta el último *drug store*, la empresa independiente, en cuya dirección y herencia se fundaba la familia burguesa y la posición de su jefe, ha caído en una dependencia sin salida. Todos se convierten en empleados y en la civilización de los empleados cesa la dignidad ya dudosa del padre. La actitud del individuo hacia el *racket* —firma comercial, profesión o partido—, antes o después de la admisión, así como la del jefe ante la masa y la del amante frente a la mujer a la que corteja, asume rasgos típicamente masoquistas La actitud a la que cada uno está obligado para demostrar siempre otra vez su participación. moral en esta sociedad hace pensar en los adolescentes que, en el rito de admisión en la tribu, se mueven en círculo, con sonrisa idiota, bajo los golpes del sacerdote. La vida en el capitalismo tardío es un rito permanente de iniciación. Cada uno debe demostrar que se identifica sin residuos con poder por el que es golpeado. Ello está en la base de las síncopas del *jazz*, que se burla de las trabas y al mismo tiempo las convierte en normas. La voz de eunuco del *crooner* de la radio, el cortejante buen mozo de la heredera, que cae con su smoking en la piscina, son ejemplos para los hombres, que deben convertirse en aquello a lo que los pliega el sistema. Cada uno puede ser omnipotente como la sociedad, cada uno puede llegar a ser feliz, con tal de que se entregue sin reservas y de que renuncie a sus pretensiones de felicidad. En la debilidad del individuo la sociedad reconoce su propia fuerza y cede una parte de ella al individuo. La pasividad de éste lo califica como elemento seguro. Así es liquidado lo trágico. En un tiempo su sustancia consistía en la oposición del individuo a la sociedad. Lo trágico exaltaba "el valor y la libertad de ánimo frente a un enemigo poderoso, a una adversidad superior, a un problema inquietante"[5]. Hoy lo trágico se ha disuelto en la nada de la falsa identidad de sociedad e individuo, cuyo horror brilla aun fugazmente en la vacua apariencia de aquél. Pero el milagro de la integración, el permanente tacto de gracia de los amos, al acoger a quien cede y se traga su propio rechazo, tiende al fascismo, que relampaguea en la humanidad con que Döblin permite a su Biberkopf arreglarse, como en los *films* de tono social. La capacidad de encajar y de arreglárselas, de sobrevivir a la propia ruina, por la que es superado lo trágico, es característica de la nueva generación. La nueva generación está en condiciones de cumplir cualquier trabajo, porque el proceso laboral no los ata a ningún trabajo definido. Ello recuerda la triste ductilidad del expatriado, al que la guerra no le importaba nada, o del trabajador ocasional, que termina por entrar en las organizaciones paramilitares. La liquidación de lo trágico confirma la liquidación del individuo.

En la industria cultural el individuo es ilusorio no sólo por la igualación de sus técnicas de producción. E1 individuo es tolerado sólo en cuanto su identidad sin reservas con lo universal se halla fuera de toda duda. La pseudoindividualidad domina tanto en el *jazz* como en la personalidad cinematográfica original, que debe tener un mechón de pelo sobre los ojos para ser reconocida como tal. Lo individual se reduce a la capacidad de lo universal para marcar lo accidental con un sello tan indeleble como para convertirlo sin más en identificable como lo que es. Justamente el obstinado mutismo o las actitudes elegidas por el individuo cada vez expuesto son producidos en serie como los castillos de Yale, que se distinguen entre sí por fracciones de milímetro. La peculiaridad del Sí es un producto social registra-

[5] Nietzsche, Götzendämmerung, en *Werke*, VIII. pág. 136.

do que se despacha como natural. Se reduce a los bigotes, al acento francés, a la voz profunda de la mujer experimentada, al *Lubitsch touch*: son casi impresiones digitales sobre las tarjetas por lo demás iguales en que se transforman —ante el poder de lo universal— la vida y las caras de todos los individuos, desde la estrella cinematográfica hasta el último habitante de una cárcel. La pseudoindividualidad constituye la premisa del control y de la neutralización de lo trágico: sólo gracias al hecho de que los individuos no son en efecto tales, sino simples entrecruzamientos de las tendencias de lo universal, es posible reabsorberlos integralmente en lo universal. La cultura de masas revela así el carácter ficticio que la forma del individuo ha tenido siempre en la época burguesa, y su error consiste solamente en gloriarse de esta turbia armonía de universal y particular. E1 principio de la individualidad ha sido contradictorio desde el comienzo. Más bien no se ha llegado jamás a una verdadera individuación. La forma de clase de la autoconservación ha detenido a todos en el estadio de puros seres genéricos. Cada característica burguesa alemana expresaba, a pesar de su desviación y justamente mediante ella, una y la misma cosa: la dureza de la sociedad competitiva. E1 individuo, sobre el que la sociedad se sostenía, llevaba la marea de tal dureza; en su libertad aparente, constituía el producto de su aparato económico y social. Cuando solicitaba la respuesta de aquellos que le estaban ,sometidos, el poder se remitía a las relaciones de fuerza dominantes en cada oportunidad. Por otro lado, la sociedad burguesa también ha desarrollado en su curso al individuo. Contra la voluntad de sus controles, la técnica ha educado a los hombres convirtiéndolos de niños en personas. Pero todo progreso de la individuación en este sentido se ha producido en detrimento de la individualidad en cuyo nombre se producía, v no ha dejado de ésta más que la decisión de perseguir siempre y sólo el propio fin. E1 burgués, para quien la vida se escinde en negocios y vida privada, la vida privada en representación e intimidad, la intimidad en la hastiante comunidad del matrimonio y en el amargo consuelo de estar completamente solo, en derrota ante sí y ante todos, es ya el nazi, que es entusiasta y desdeñoso a la vez, o el contemporáneo habitante de la metrópoli, que no puede concebir la amistad ya más que como *social contact*, como aproximación social de individuos íntimamente distantes. La industria cultural puede hacer lo que quiere con la individualidad debido a que en ésta se reproduce desde el comienzo la íntima fractura de la sociedad. En las caras de los héroes del cinematógrafo y de los particulares confeccionados según los modelos de las tapas de los semanarios se desvanece una apariencia en la cual ya nadie cree más, y la pasión por tales modelos vive de la secreta satisfacción de hallarse finalmente dispensados de la fatiga de la individuación, pese a que esto ocurra gracias a las fatigas aun más duras de la imitación. Pero sería vano esperar que la persona contradictoria y decadente no vaya a durar generaciones, que el sistema deba necesariamente saltar por causa de esta escisión psicológica, que esta mentirosa sustitución del individuo por el estereotipo deba resultar por sí intolerable a los hombres. La unidad de la personalidad ha sido escrutada como apariencia desde el Hamlet shakespeariano. En las fisonomías sintéticamente preparadas de hoy se ha olvidado ya que haya existido alguna vez un concepto de vida humana. Durante siglos la humanidad se ha preparado para Victor Mature y Mickey Rooney. Su obra de disolución es a la vez un cumplimiento.

La apoteosis del tipo medio corresponde al culto de aquello que es barato. Las estrellas mejor pagadas parecen imágenes publicitarias de desconocidos artículos standard No por azar son elegidas a menudo entre la masa de las modelos comerciales. E1 gusto dominante toma su ideal de la publicidad, de la belleza de uso. De tal suerte el dicho socrático según el cual lo bello es lo útil se ha cumplido por fin irónicamente. E1 cine hace publicidad para el *trust* cultural en su conjunto; en la radio las mercancías para las cuales existe el bien cultural son elogiadas en forma individual. Por cincuenta *cents* se ve el *film* que ha costado millones, por diez se consigue el *chewing-gum* que tiene tras sí toda la riqueza del mundo y que la incrementa con su comercio. Las mejores orquestas del mundo —que no lo son en modo alguno— son proporcionadas gratis a domicilio. Todo ello es una parodia del país de jauja, así como la “comunidad popular” nazi lo es respecto a aquélla humana. A todos se les alarga algo. La exclama-

ción del provinciano que por primera vez entraba al Metropoltheater de Berlín, “es increíble lo que dan por tan poco”, ha sido tomada desde hace tiempo por la industria cultural y convertida en sustancia de la producción misma. La producción de la industria cultural no sólo se ve siempre acompañada por el triunfo a causa del mismo hecho de ser posible, sino también resulta en gran medida idéntica al triunfo. *Show* significa mostrar a todos lo que se tiene y se puede. Es aun la vieja feria, pero incurablemente enferma de cultura. Como los visitantes de las ferias, atraídos por las voces de los anunciadores, superaban con animosa sonrisa la desilusión en las barracas, debido a que en el fondo sabían ya antes lo que ocurriría, del mismo modo el frecuentador del cine se alinea comprensivamente de parte de la institución. Pero con la accesibilidad de los productos “de lujo” en serie y su complemento, la confusión universal, se prepara una transformación en el carácter de mercancía del arte mismo. Este carácter no tiene nada de nuevo: sólo el hecho de que se lo reconozca expresamente y de que el arte reniegue de su propia autonomía, colocándose con orgullo entre los bienes de consumo, tiene la fascinación de la novedad. E1 arte como dominio separado ha sido posible, desde el comienzo, sólo en la medida en que era burgués. Incluso su libertad, como negación de la funcionalidad social que es impuesta a través del mercado, queda esencialmente ligada al presupuesto de la economía mercantil. Las obras de arte puras, que niegan el carácter de mercancía de la sociedad ya por el solo hecho de seguir su propia ley, han sido siempre al mismo tiempo también mercancías: y en la medida en que hasta el siglo XVIII la protección de los mecenas ha defendido a los artistas del mercado, éstos se hallaban en cambio sujetos a los mecenas y a sus fines. La libertad respecto a los fines de la gran obra de arte moderna vive del anonimato del mercado. Las exigencias del mercado se hallan hoy tan completamente mediadas que el artista, aunque sea sólo en cierta medida, queda exento de la pretensión determinada. Durante toda la historia burguesa, la autonomía del arte, simplemente tolerada, se ha visto acompañada por un momento de falsedad que por último se ha desarrollado, en la liquidación social del arte. Beethoven mortalmente enfermo, que arroja lejos de sí una novela de Walter Scott exclamando: “¡Este escribe por dinero!”, y al mismo tiempo, aun en el aprovechamiento de los últimos cuartetos —supremo rechazo al mercado— se revela como hombre de negocios experto y obstinado, ofrece el ejemplo más grandioso de la unidad de los opuestos (mercado y autonomía) en el arte burgués. Víctimas de la ideología son justamente aquellos que ocultan la contradicción, en lugar de acogerla, como Beethoven, en la conciencia de la propia producción: Beethoven rehizo como música la cólera por el dinero perdido y dedujo el metafísico “Así debe ser”, que trata de superar estéticamente —asumiéndola sobre sí— la necesidad del mundo, del pedido del salario mensual por parte de la gobernanta. E1 principio de la estética idealista, finalidad sin fin, es la inversión del esquema al que obedece socialmente el arte burgués: inutilidad para los fines establecidos por el mercado. Últimamente, en el pedido de distracción y diversión, el fin ha devorado al reino de la inutilidad. Pero como la instancia de utilizabilidad del arte se convierte en total, empieza a delinearse una variación en la estructura económica intima de las mercancías culturales. Lo útil que los hombres esperan de la obra de arte en la sociedad competitiva es justamente en gran medida la existencia de lo inútil: lo cual no obstante es liquidado en el momento de ser colocado enteramente bajo lo útil. A1 adecuarse enteramente a la necesidad, la obra de arte defrauda por anticipado a los hombres respecto a la liberación que debería procurar en cuanto al principio de utilidad. Lo que se podría denominar valor de uso en la recepción de bienes culturales es sustituido por el valor de intercambio: en lugar del goce aparece el tomar parte y el estar al corriente; en lugar de la comprensión, el aumento de prestigio. E1 consumidor se convierte en coartada de la industria de las diversiones, a cuyas instituciones aquél no puede sustraerse. Es preciso haber visto *Mrs. Miniver*, así como es necesario tener en casa “Life” y “Time”. Todo es percibido sólo bajo el aspecto en que puede servir para alguna otra cosa, por vaga que pueda ser la idea de esta otra cosa. Todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser en sí algo. E1 valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su

valoración social, que toman por la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que disfrutan. De tal suerte el carácter de mercancía del arte se disuelve justamente en el acto de realizarse en forma integral. E1 arte se torna una mercancía preparada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible. Pero la mercancía artística, que vivía del hecho de ser vendida y de ser sin embargo invendible, sé convierte hipócritamente en invendible de verdad cuando la ganancia no está más sólo en su intención, sino que constituye su principio exclusivo. La ejecución de Toscanini por radio es en cierto modo invendible. Se la escucha por nada y a cada sonido de la sinfonía está ligada, por así decirlo, la sublime *réclame* de que la sinfonía no se vea interrumpida por la *réclame: this concert is brought to you as a public service*. La estafa se cumple indirectamente a través de la ganancia de todos los produc-tores unidos de automóviles y de jabón que financian las estaciones y, naturalmente, a través del crecimiento de los negocios de la industria eléctrica productora de los aparatos receptores. Por doquier la radio —fruto tardío y más avanzado de la cultura de masas— extrae consecuencias prohibidas provisoriamente al film por su pseudomercado. La estructura técnica del sistema comercial radiotelefónico lo inmuniza de desviaciones liberales como las que los industriales del cine pueden aun permitirse en su campo. Es una empresa privada que está ya de parte del todo soberano, en anticipación en esto respecto a los otros monopolios. Chesterfield es sólo el cigarrillo de la nación, pero la radio es su por-tavoz. A1 incorporar completamente los productos culturales al campo de la mercancía, la radio renuncia por añadidura a colocar como mercancía sus productos culturales. En Estados Unidos no reclama ninguna tasa del público y asume así el aire engañosO de autoridad desinteresada e imparcial, que parece de medida para el fascismo. La radio puede convertirse en la boca universal del Führer, y su voz propaga mediante los altoparlantes de las calles el aullido de las sirenas anunciadoras de pánico, de las cuales difícilmente puede distinguirse la propaganda moderna. Los nazis sabían que la radio daba forma a su causa, así como 1a imprenta se la dio a la Reforma. E1 carisma metafísico del jefe inventado por la sociología religiosa ha revelado ser al fin, como la simple omnipresencia de sus discursos en la radio, una diabólica parodia de la omnipresencia del espíritu divino. E1 desmesurado hecho de que el discurso penetra por doquier sustituye su contenido, así como la oferta de aquella transmisión de Toscanini sustituye a su contenido, la sinfonía Ninguno de los escuchas está en condiciones de concebir su verdadero contexto, mientras que el discurso del Führer es ya de por sí mentira. Poner la palabra humana como absoluta, el falso mandamiento, es la tendencia inmanente de la radio. La recomendación se convierte en orden. La apología de las mercancías siempre iguales bajo etiquetas diversas, el elogio científicamente fundado del laxante a través de la voz relamida del locutor, entre la overtura de la *Traviata* y la de *Rienzi*, se ha vuelto insostenible por su propia tontería. En definitiva, el *diktat* de la producción enmascarado por la apariencia de una posibilidad de elección, la réclame específica, puede convertirse en la orden abierta del jefe. En una sociedad de grandes rackets fascistas, que se pusieran de acuerdo respecto a la parte del producto social que hay que asignar a las necesidades de los pueblos, resultaría al fin anacrónico exhortar al uso de un detergente determinado. Más modernamente, el Führer, sin tantos cumplimientos, ordena tanto el sacrificio como la compra de la mercancía que antes se desechaba.

Hoy las obras de arte, como las directivas políticas, son adaptadas oportunamente por la industria cultural, inculcadas a precios reducidos a un público reluctante, y su uso se torna accesible al pueblo, como el de los parques. Pero la disolución de su auténtico carácter de mercancía no significa que sean custodiadas y salvadas en la vida de una sociedad libre, sino que ha desaparecido incluso la última garantía de que no serían degradadas a la condición de bienes culturales. La abolición del privilegio cultural por liquidación no introduce a las masas en dominios que les estaban vedados, sino que en las condiciones sociales actuales contribuye justamente a la ruina de la cultura, al progreso de la bárbara ausencia de relaciones. Quien en el siglo pasado o a comienzos de éste gastaba su dinero para ver un

drama o para escuchar un concierto, tributaba al espectáculo por lo menos tanto respeto como al dinero invertido en él. E1 burgués que quería extraer algo para él podía a veces buscar una relación con la obra. La llamada literatura introductiva a las obras de Wagner y los comentarios al *Fausto* son testimonio de este hecho. No eran aun más que una forma de paso a las notaciones biográficas y a las otras prácticas a las que la obra de arte es hoy sometida. Incluso en los primeros tiempos del sistema el valor de intercambio no era arrastrado tras el valor de uso como un mero apéndice, sino que se lo había desarrollado con premisa de éste, y esto fue socialmente ventajoso para las obras de arte. Mientras era caro, el arte mantenía aún al burgués dentro de ciertos límites. Ya no ocurre así. Su vecindad absoluta, no mediada más por el dinero, respecto a aquellos ante los que es expuesto, lleva a su término el extrañamiento, y asimila a obra y burgués bajo el signo de la reificación total. En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: la crítica se ve sucedida por la *expertise* mecánica, el respeto, por el culto efímero de la celebridad. No hay ya nada caro para los consumidores. Y sin embargo éstos intuyen que cuanto menos cuesta algo, menos les es regalado. La doble desconfianza hacia la cultura tradicional como ideología se mezcla a aquélla hacia la cultura industrializada como estafa. Reducidas a puro homenaje, dadas por añadidura, las obras de arte pervertidas y corrompidas son secretamente rechazadas por sus beneficiarios, como las antiguallas a las que el medio las asimila. Es posible alegrarse de que haya tantas cosas para ver y sentir. Prácticamente se puede tener todo. Los *vaudevilles* en el cine, los concursos musicales, los cuadernos gratuitos, los regalos que son distribuidos entre los escuchas de determinados programas, no constituyen meros accesorios, sino la prolongación de lo que les ocurre a los mismos productos culturales. La sinfonía se convierte en un premio para la radioaudición en general, y si la técnica pudiese hacer lo que quiere, el film seria ya proporcionado a domicilio según el ejemplo de la radio. La televisión muestra ya el camino de un cambio que podría llevar a los hermanos Warner a la posición —sin duda, nada agradable para ellos— de custodios y defensores de ta cultura tradicional. Pero el sistema de los premios se ha depositado ya en la actitud de los consumidores. En la medida en que la cultura se presenta como homenaje cuya utilidad privada y social resulta, por lo demás, fuera de cuestión, la forma en que se la recibe se convierte en una percepción de *chances*. Los consumidores se afanan por temor a perder algo. No se sabe qué, pero de todos modos tiene una posibilidad sólo quien no se excluye por cuenta propia. E1 fascismo cuenta con reorganizar a los receptores de donativos de la industria cultural en su séquito regular y forzado.

La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se resuelve tan ciegamente en el uso que no es posible utilizarla. Por ello se funde con la *réclame*; que resulta más omnipotente en la medida en que parece más absurda debido a que la competencia es sólo aparente. Los motivos son en el fondo económicos. Es demasiado evidente que se podría vivir sin la entera industria cultural. es excesiva la apatía que ésta engendra en forma necesaria entre los consumidores. Por sí misma, puede bien poco contra este peligro. La publicidad es su elixir de vida. Pero dado que su producto reduce continuamente el placer que promete como mercancía a esta misma, simple promesa, termina por coincidir con la *réclame*, de la que necesita para compensar su indisfrutabilidad. En la sociedad competitiva la *réclame* cumplía la función social de orientar al comprador en el mercado, facilitaba la elección y ayudaba al productor más hábil pero hasta entonces desconocido a hacer llegar su mercancía a los interesados. La *réclame* no sólo costaba sino que ahorraba tiempo–trabajo. Ahora que el mercado libre llega a su fin, en la *réclame* se atrinchera el dominio del sistema. La *réclame* remacha el vínculo que liga a los consumidores con las grandes firmas comerciales. Sólo quien puede pagar en forma normal las tasas exorbitantes exigidas por las agencias publicitarias, y en primer término por la radio misma, es decir, sólo quien forma parte del sistema o es cooptado en forma expresa, puede entrar como vendedor al pseudomercado. Los gastos de publicidad,

que terminan por refluir a los bolsillos de los monopolios, evitan que haya que luchar cada vez contra la competencia de *outsiders* desagradables; garantizan que los amos del barco sigan *entre soi*, en círculo cerrado, no distintos en ello a las deliberaciones de los consejos económicos que en el estado totalitario controlan la apertura de nuevas empresas y las gestiones de las existentes. La publicidad es hoy un principio negativo, un dispositivo de bloqueo; todo lo que no lleva su sello es económicamente sospechoso. La publicidad universal no es en modo alguno necesaria para hacer conocer los productos cuya oferta se halla ya limitada. Sólo indirectamente sirve a las ventas. E1 abandono de una praxis publicitaria habitual por parte de una firma aislada es una pérdida de prestigio y en realidad una violación de la disciplina que el *gang* determinante impone a los suyos. Durante la guerra se continúa haciendo publicidad sobre mercancías que ya no están en venta sólo para exponer y demostrar el poderío industrial. Más importante que la repetición del nombre es por consiguiente el financiamiento de los medios de comunicación ideológicos. Dado que, baJo la presión del sistema, cada producto emplea la técnica publicitaria, ésta ha entrado triunfalmente en la jerga, en el "estilo" de la industria cultural. Su victoria es así completa y en tal medida que en los casos decisivos no tiene siquiera necesidad de mostrarse explícita: los palacios monumentales de los gigantes, publicidad petrificada a la luz de los reflectores, carecen de *réclame*, y se limitan a lo sumo a exponer en los lugares más altos las iniciales de la firma, refulgentes y lapidarias, sin necesidad de elogio alguno. Mientras tanto las casas que han sobrevivido del siglo pasado, en cuya arquitectura se lee aún con rubor la utilidad de los bienes de consumo, el fin de la habitación, son tapiadas, desde la planta baja hasta más arriba del techo, con *affiches* y carteles luminosos, y el paisaje no es más que el trasfondo de carteles y emblemas propagandísticos. La publicidad se convierte en el arte por excelencia, con el cual Goebbels, con su olfato, la había ya identificado; *l'art pour l'art*, *réclame* de sí misma, pura exposición del poder social. Ya en los grandes semanarios norteamericanos "Life" y "Fortune" una rápida ojeada apenas logra distinguir las imágenes y textos publicitarios de los que no lo son. A la redacción le corresponde el *reportage* ilustrado, entusiasta y no pagado, sobre las costumbres y la higiene personal del astro, que le procura nuevos *fans*, mientras que las páginas publicitarias se basan en fotografías y datos tan objetivos y realistas que representan el ideal mismo de la información, al que la redacción no hace más que aspirar. Cada *film* es la presentación del siguiente, que promete reunir una vez más a la misma pareja bajo el mismo cielo exótico: quien llega con retraso no sabe si asiste a la "cola" del próximo film o ya al que ha ido a ver. E1 carácter de montaje de la industria cultural, la fabricación sintética y guiada de sus productos, industrializada no sólo en el estudio cinematográfico, sino virtualmente también en la compilación de biografías baratas, investigaciones noveladas y cancioncillas se adapta a priori a la *réclame*: dado que el momento singular se vuelve separable y fungible, ajeno incluso técnicamente a todo nexo significativo, puede prestarse a fines que son exteriores a la obra. E1 efecto, el hallazgo, el *exploit* aislado y repetible, está ligado a la exposición de productos con fines publicitarios, y hoy cada primer plano de la actriz es una *réclame* de su nombre, todo motivo de éxito el *plug* de su melodía. Técnica y económicamente *réclame* e industria cultural se funden en una sola. Tanto en la una como en la otra la misma cosa aparece en innumerables lugares y la repetición mecánica del mismo producto cultural es ya la del mismo slogan de propaganda. Tanto en la una como en la otra, bajo el imperativo de la eficacia, la técnica se torna psicotécnica, técnica del manejo de los hombres. Tanto para la una como para la otra valen las normas de lo sorprendente y sin embargo familiar, de lo leve y sin embargo incisivo, de lo hábil y sin embargo simple; se trata siempre de subyugar al cliente, representado como distraído o reluctante.

E1 lenguaje con el que la cultura se expresa contribuye también a su carácter publicitario. Cuanto más se resuelve el lenguaje en comunicación, cuanto más se tornan las palabras —de portadoras sustanciales de significado— en puros signos carentes de cualidad, cuanto más pura y trasparente es la transmisión del objeto deseado, tanto más se convierten las palabras en opacas e impenetrables. La

desmitización del lenguaje, como elemento de todo el proceso iluminista, se invierte en magia. Recíprocamente diferentes e indisolubles, la palabra y el contenido estaban unidos entre sí. Conceptos como melancolía, historia y hasta "la vida" eran conocidos dentro de los límites del término que los perfilaba y los custodiaba. Su forma los constituía y los reflejaba a un mismo tiempo. La neta distinción que declara casual el tenor de la palabra y arbitraria su coordinación con el objeto, liquida la confusión supersticiosa de palabra y cosa. Lo que en una sucesión establecida de letras trasciende la correlación con el acontecimiento, es prohibido como oscuro y como metafísica verbal. Pero con ello la palabra –que ahora sólo debe designar y no significar nada– queda hasta tal punto fijada a la cosa que se torna rígida como fórmula. Ello afecta por igual a la lengua y al objeto. En lugar de llevar el objeto a la experiencia, la palabra expurgada lo expone como caso de un momento abstracto, y el resto, excluido de la expresión –que ya no existe– por un deber despiadado de claridad, se desvanece incluso en la realidad. E1 ala izquierda en el *foot-ball*, el camisa negra, el joven hitlerista, etc., no son nada más que como se llaman. Si la palabra antes de su racionalización había promovido junto con el deseo también la mentira, la palabra racionalizada se ha convertido para el deseo en una camisa de fuerza más dura que la mentira. La ceguera y la mudez de los datos a los que el positivismo reduce el mundo inviste también al lenguaje que se limita a registrar tales datos. De tal manera los términos mismos se convierten en impenetrables, conquistan un poder de choque, una fuerza de adhesión y de repulsión que los asimila a lo que es el extremo opuesto de ellos, a las fórmulas mágicas. Vuelven así a operar en toda una serie de prácticas: en el hecho de que el nombre de la estrella sea combinado en el estudio cinematográfico de acuerdo con los datos de la experiencia estadística, en el hecho de que el *welfare state* sea exorcizado con términos tabú como burócrata o intelectual, o en el hecho de que la vulgaridad se torne invulnerable asociándose al nombre del país. E1 nombre mismo, que es lo que más relacionado está con la magia, sufre hoy un cambio químico. Se transforma en etiquetas arbitrarias y manipulables, cuya eficacia puede ser calculada, pero que justamente por ello están dotadas de una fuerza y una voluntad propias como la de los nombres arcaicos. Los nombres bautismales, residuos arcaicos, han sido elevados a la altura de los tiempos, y se los estiliza en forma de siglas publicitarias. Suena a viejo en cambio el nombre burgués, el nombre de familia que, en lugar de ser una etiqueta, individualizaba a su portador en relación con sus orígenes. Esto suscita en muchos norteamericanos un curioso embarazo. Para ocultar la incómoda distancia entre individuos particulares, se llaman entre ellos Bob y Harry, como miembros fungibles de *teams*. Semejante uso reduce las relaciones entre los hombres a la fraternidad del publico de los deportes, que impide la verdadera fraternidad. La significación, que es la única función de la palabra admitida por la semántica, se realiza plenamente en la señal. Su naturaleza de señal se refuerza gracias a la rapidez con ha que son puestos en circulación desde lo alto modelos lingüísticos. Si los cantos populares han sido considerados patrimonio cultural "rebajado" de la clase dominante, en todo caso sus elementos asumían la forma popular a través de un largo y complicado proceso de experiencias. En cambio, la difusión de los *popular songs* se produce en forma fulminante. La expresión norteamericana *fad* para modas que se afirman en forma epidémica —es decir, promovidas por potencias económicas altamente concentradas— designaba el fenómeno mucho antes de que los directores de la propaganda totalitaria dictasen poco a poco las líneas generales de la cultura. Si hoy los fascistas alemanes lanzan desde los altoparlantes la palabra "intolerable", mañana el pueblo entero dirá "intolerable". Según el mismo esquema, las naciones contra las cuales fue lanzada la guerra relámpago alemana han acogido en su jerga tal término. La repetición universal de los términos adoptados por los diversos procedimientos torna a éstos de algún modo en familiares, así como en los tiempos del mercado libre el nombre de un producto en todas las bocas promovía su venta. La repetición ciega y la rápida expansión de palabras establecidas relaciona a la publicidad con las consignas totalitarias. E1 estrato de experiencia que hacía de las palabras, las palabras de los hombres que las pronunciaban ha sido enteramente arrasado y en la pronta asi-

milación la lengua asume una frialdad que hasta ahora sólo la había distinguido en las columnas publicitarias y en las páginas de anuncios de los periódicos. Infinitas personas emplean palabras y expresiones que o no entienden o las utilizan sólo por su valor *behavioristic* de posición, como símbolos protectores que se adhieren a sus objetos con tanta mayor tenacidad cuanto menos se está en condiciones de comprender su significado lingüístico. E1 ministro de Instrucción popular habla de fuerzas dinámicas sin saber qué dice y los *songs* cantan sin tregua sobre *rêverie* y *rhapsody* y deben su popularidad justamente a la magia de lo incomprensible experimentada como el estremecimiento de una vida más elevada. Otros estereotipos, como *memory*, son aun entendidos en cierta medida, pero hu-yen a la experiencia que debería colmarlos. Afloran como enclaves en el lenguaje hablado. En la radio alemana de Flesch y de Hitler se pueden advertir en el afectado alemán del anunciador que dice a la nación "Hasta volver a oírse" o "Aquí habla la juventud de Hitler" e incluso "el Führer" con una cadencia particular, que se convierte de inmediato en el acento natural de millones de personas. En tales expresiones se ha suprimido incluso el último vínculo entre la experiencia sedimentada y la lengua, que ejercía aún una influencia benéfica en el siglo XIX a través del dialecto. E1 redactor, a quien la ductilidad de sus convicciones le ha permitido convertirse en "redactor alemán"[6], ve en cambio a las palabras ale. manas transformarse bajo la pluma en palabras extranjeras. En cada palabra se puede distinguir hasta qué punto ha sido desfigurada por la "comunidad popular" fascista. Es verdad que a continuación este lenguaje se ha convertido en universal y totalitario. No es ya más posible advertir en las palabras la violencia que sufren. E1 anunciador radial no tiene necesidad de hablar con afectación, pues no sería ni siquiera posible, si su acento se distinguiese en carácter del grupo de oyentes que le ha sido asignado. Pero en cambio la forma de expresarse y de gesticular de los escuchas y de los espectadores —hasta matices a los que ningún método experimental está en condiciones de llegar— se hallan traspasados por el esquema de la industria cultural más que nunca antes. Hoy la industria cultural ha heredado la función civilizadora de la democracia de la *frontier* y de la libre iniciativa, que por lo demás no ha tenido nunca una sensibilidad demasiado refinada para las diferencias espirituales. Todos son libres para bailar y para divertirse, así como —desde la neutralización histórica de la religión en adelante— son libres para afiliarse a una de las innumerables sectas. Pero la libertad en la elección de las ideologías, que refleja siempre la constricción económica, se revela en todos los sectores como libertad de lo siempre igual. La forma en que una muchacha acepta su date obligatoria, el tono de la voz en el teléfono. en la situación más familiar la elección de las palabras en la conversación, y la entera vida íntima, ordenada según los conceptos del psicoanálisis vulgarizado, documenta el intento de hacer de sí el aparato adaptado al éxito, conformado —hasta en los movimientos instintivos— al modelo que ofrece la industria cultural. Las reacciones más íntimas de los hombres están tan perfectamente reificadas ante sus propios ojos que la idea de lo que les es específico y peculiar sobrevive sólo en la forma más abstracta: *personality* no significa para ellos en la práctica más que dientes blancos y libertad respecto al sudor y a las emociones. Es el triunfo de la *réclame* en la industria cultural, la imitación forzada, por parte de los consumidores, de las mercancías culturales incluso neutralizadas en cuanto a su significado.

[6] En el original: "deutscher Schrifleiter", en lugar de "deutscher Redakteur", pues el nazismo desdeñó el término Redakteur por considerarlo extranjerizante. (N. del T.)